

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



**“CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA
EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C. CAÑETE,
2022”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Bach. LUIS ANTONIO BRUNO TOMAS

ASESOR:

Dr. CONSTANTINO MIGUEL NIEVES BARRETO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y DESARROLLO
HUMANO - GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

Callao, 2024

PERÚ

TESIS - BRUNO TOMAS LUIS ANTONIO

6%
Textos
sospechosos



6% **Similitudes**
< 1% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
< 1% **Idiomas no reconocidos**

Nombre del documento: TESIS - BRUNO TOMAS LUIS ANTONIO.pdf
ID del documento: e2b323c13460e34d365c03e6558bfc100a073a36
Tamaño del documento original: 5,07 MB

Depositante: FCA PREGRADO UNIDAD DE INVESTIGACION
Fecha de depósito: 24/3/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 24/3/2024

Número de palabras: 31.796
Número de caracteres: 219.163

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.ucv.edu.pe 20 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (227 palabras)
2	repositorio.usil.edu.pe 4 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (159 palabras)
3	red.uao.edu.co 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (153 palabras)
4	repositorio.uta.edu.ec 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (149 palabras)
5	1library.co Hipótesis Específicas - Del Contraste de Hipótesis 85 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (150 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.unac.edu.pe	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
2	repository.ucatolica.edu.co	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
3	repositorio.uladech.edu.pe	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
4	repositorio.espe.edu.ec Cultura organizacional de la Defensoría Pública del Ecu...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
5	repositorio.ucv.edu.pe	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5237/Jara>
- <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- <https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&pg=PT4&dq=Int>
- <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/09/252175923>
- <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3175/Anton>



CONSTANCIA

N° 026-2024-UIFCA

EL DIRECTOR (e) DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO:

HACE CONSTAR:

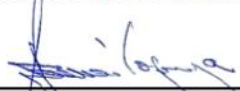
Que, la Tesis titulada: “**CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C. CAÑETE, 2022**”, presentada por el señor bachiller: **BRUNO TOMAS LUIS ANTONIO**; ha sido revisada con el sistema **COMPILATIO**, el cual encontró un porcentaje de similitud del **06%** (para el cual se adjunta el reporte con el ID del documento: e2b323c13460e34d365c03e6558bfc100a073a36).

Por lo que la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, conforme a la DIRECTIVA No 013-2019-R, expide la presente **CONSTANCIA DE SIMILITUD** a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Bellavista, 25 de marzo de 2024



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
UNIDAD DE INVESTIGACION FCA


Dr. Aguilar Loyaga Santiago Redolfo
DIRECTOR (e) UI-FCA-UNAC

INFORMACIÓN BÁSICA

Facultad:	Ciencias Administrativas.
Unidad de investigación:	Pregrado.
Título:	“Cultura organizacional y Calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022”.
Autor:	Bach. Luis Antonio Bruno Tomas. Código Orcid: 0009-0009-3541-6229. DNI: N° 70782037.
Asesor (a):	Dr. Constantino Miguel Nieves Barreto. Código Orcid: 0000-0002-9144-4517. DNI: N° 09738378.
Lugar de ejecución:	Empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C.
Unidades de análisis:	Trabajadores y clientes de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C.
Tipo:	Básica, descriptivo y correlacional.
Enfoque:	Cuantitativo.
Diseño de investigación:	No experimental y transversal.
Tema OCDE:	5.00.00 Ciencias Sociales, 5.02.04 Negocios, Administración.

HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO Y APROBACIÓN

TESIS TITULADA:

“Cultura organizacional y Calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022”.

PRESENTADO POR:

Bach. Luis Antonio Bruno Tomas

ASESOR:

Dr. Constantino Miguel Nieves Barreto

MIEMBROS DEL JURADO DE SUSTENTACIÓN:

Presidente: Dr. Víctor Hugo Duran Herrera

Secretario: Dr. Néstor Marcial Alvarado Bravo

Vocal: Dr. Rufino Alejos Ipanaque

Suplente: Dr. Madison Huarcaya Godoy

N° De Libro: 01

N° De Folio: 64

N° De Acta: 14

Fecha de aprobación de la tesis:

Bellavista, 27 de abril del 2024

Resolución del decano N° 127-2024-D-FCA-UNAC



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Av. Juan Pablo II 306 Bellavista - Callao Telf. 429-7296

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junin y Ayacucho"



ACTA N° 14 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS SIN CICLO TALLER DE TESIS DE FECHA 27 DE ABRIL DEL 2024 PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

LIBRO N° 01 FOLIO N° 64 ACTA N° 14 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS SIN CICLO TALLER DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN


A los 27 días del mes abril del año 2024, siendo las 11.00 horas, se reunió, en el Auditorio de la Universidad Nacional del Callao - Filial Cañete (1er Piso), el **JURADO EVALUADOR DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**, para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración, conforme a las Resoluciones de Decano N.º 044-2024-D-FCA-UNAC y 127-2024-D-FCA-UNAC, integrado por los siguientes docentes ordinarios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao:

Dr. Victor Hugo Duran Herrera	: Presidente
Dr. Nestor Marcial Alvarado Bravo	: Secretario
Dr. Rufino Alejos Ipanaque	: Vocal
Dr. Constantino Miguel Nieves Barreto	: Asesor

Se dio inicio al acto de sustentación de la tesis del Bachiller **BRUNO TOMAS LUIS ANTONIO**, quien, habiendo cumplido con los requisitos para optar por el Título Profesional de Licenciado en Administración, sustentan la tesis titulada: "**CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C. CAÑETE, 2022**", cumpliendo con la sustentación en acto público de manera presencial.

Con el quórum reglamentario de ley, se dio inicio a la sustentación de conformidad con lo establecido por el Reglamento de Grados y Títulos. Luego de la exposición, y la absolución de las preguntas formuladas por el Jurado y efectuadas las deliberaciones pertinentes, acordó: Dar por APROBADO por UNANIMIDAD con la escala de calificación cualitativa Muy BUENO y calificación cuantitativa 17, la presente tesis, conforme a lo dispuesto en el Art. 24º del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional del Callao, aprobado por Resolución de Consejo Universitario N° 150-2023-CU del 15 de junio del 2023.

Se dio por cerrada la Sesión a las 11.45 horas del día 27 de abril del 2024.


Dr. Victor Hugo Duran Herrera
Presidente


Dr. Nestor Marcial Alvarado Bravo
Secretario


Dr. Rufino Alejos Ipanaque
Vocal



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Av. Juan Pablo II 306 Bellavista - Callao Telf. 429-7296

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junin y Ayacucho"



FICHA DE OBSERVACIONES PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS SIN CICLO TALLER DE TESIS

Recomendaciones de los señores miembros del Jurado Evaluador de Sustentación al sustentante para que subsane las observaciones de la sustentación de la tesis.

TESISTA: Bachiller Bruno Tomas Luis Antonio

TEMA DE TESIS: "CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C. CAÑETE, 2022"

PRESIDENTE

.....
.....
.....

SECRETARIO

.....
.....
.....

VOCAL

.....
.....
.....

SN OBSERVACIONES



Dr. Victor Hugo Duran Herrera
Presidente



Dr. Nestor Marcia Alvarado Bravo
Secretario



Dr. Rufino Alejos Ipanaque
Vocal

Bellavista, 27 de abril del 2024





INFORME N° 002-2024-VHDH-FCA-UNAC

A : Bach. Bruno Tomas Luis Antonio

ASUNTO : Informe del Presidente del Jurado Evaluador de Sustentación

REFERENCIA : Anexo N° 05 (Ficha de Observaciones para Sustentación de Tesis sin Ciclo Taller de Tesis)

FECHA : Bellavista, 29 de abril del 2024.

Mediante el presente me dirijo a usted, en atención a los documentos de la referencia, para informarle lo siguiente:

1. Visto, el Anexo N° 05 (**FICHA DE OBSERVACIONES PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS SIN CICLO DE TESIS**) de la tesis titulada: "**CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C. CAÑETE, 2022**", sustentado por el bachiller **BRUNO TOMAS LUIS ANTONIO**, sustentación realizada el 27 de abril del 2024 a las 11:00 a.m. en el Auditorio de la Universidad Nacional del Callao – Filial Cañete (1er Piso), según obra en el Libro N° 01, Folio N° 64, Acta N° 14.
2. En tal sentido, se informa que no habiendo observaciones en dicha sustentación, **se da la conformidad** correspondiente.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi consideración y estima personal.

Atentamente,

Dr. Victor Hugo Duran Herrera
Presidente del Jurado Evaluador de Sustentación

DEDICATORIA

A mi mamita Eustacia R.Q., por haberme criado y educado desde que fui concebido hasta culminar mi carrera de Administración, ahora me acompaña desde el cielo y me bendice todos los días.

A mi mamá Aurora y hermano Ángel, quienes, con amor y sabiduría, me han educado e inculcado para ser un profesional que se esfuerza para alcanzar sus propósitos a pesar de los obstáculos que se presentan.

A mis demás familiares y amigos que me siguen acompañando a lo largo de estos años en el desarrollo de mis proyectos.

A los docentes y trabajadores de la Universidad Nacional del Callao por su aporte en mi formación profesional durante los cinco años de estudios universitarios de pregrado.

AGRADECIMIENTO

Mi Agradecimiento en primer lugar, a Dios por brindarme la oportunidad de vivir un día más en esta tierra y la fortaleza para seguir adelante frente a las dificultades.

A mi mamita Eustacia R.Q., por sus enseñanzas, su compañía incondicional en esta vida y guiar mis pasos en todo momento desde el cielo.

A mi mamá Aurora, hermano Ángel y demás familiares, por su apoyo durante el desarrollo de todos mis proyectos.

A los docentes y asesor de Tesis, por sus orientaciones y guía profesional.

A la empresa por las facilidades para desarrollar mi investigación.

A la educación virtual, por ayudarme en realizar mis estudios y compartir momentos inolvidables con mis seres queridos.

ÍNDICE

ÍNDICE	1
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.1. Descripción de la realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	14
1.2.1. Problema general	14
1.2.2. Problemas específicos	14
1.3. Objetivos.....	15
1.3.1. Objetivo general	15
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
1.4. Justificación	15
1.4.1. Justificación práctica	15
1.4.2. Justificación metodológica.....	16
1.4.3. Justificación social.....	16
1.4.4. Justificación técnica.....	16
1.5. Limitación de la investigación	17
1.5.1. Limitación teórica.....	17
1.5.2. Limitación temporal	17
1.5.3. Limitación espacial	17
II. MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes del problema	18
2.1.1. Antecedentes Internacionales	18
2.1.2. Antecedentes Nacionales	21
2.2. Bases teóricas	24
2.2.1. Cultura.....	24
2.2.2. Organización	25
2.2.3. Cultura organizacional.....	25

2.2.4.	Funciones de Cultura organizacional	26
2.2.5.	Modelos teóricos de Cultura organizacional	27
2.2.6.	Características culturales en la organización	35
2.2.7.	Crear y sostener una cultura	36
2.2.8.	La cultura organizacional y sus cambios	38
2.2.9.	Calidad	39
2.2.10.	Servicio	40
2.2.11.	Calidad del servicio	40
2.2.12.	Propósitos de Calidad del servicio	41
2.2.13.	Modelos teóricos de Calidad del servicio	42
2.2.14.	Características de los servicios	46
2.2.15.	Los trabajadores y la atención al cliente	47
2.2.16.	Deficiencias en la calidad de servicio	47
2.2.17.	Reseña histórica de la empresa	48
2.3.	Marco conceptual	51
2.3.1.	Dimensiones de Cultura organizacional	51
2.3.2.	Dimensiones de Calidad del servicio	52
2.4.	Definición de Términos básicos	53
2.4.1.	Indicadores de Cultura organizacional	53
2.4.2.	Indicadores de Calidad del servicio	56
III.	HIPÓTESIS Y VARIABLES	59
3.1.	Hipótesis	59
3.1.1.	Hipótesis general	59
3.1.2.	Hipótesis específicas	59
3.2.	Operacionalización de variables	60
IV.	METODOLOGÍA DEL PROYECTO	62
4.1.	Diseño metodológico	62
4.1.1.	Tipo de investigación	62
4.1.2.	Diseño de investigación	62
4.2.	Método de investigación	62
4.3.	Población y muestra	63
4.3.1.	Población	63

4.3.2. Muestra	63
4.4. Lugar de estudio y periodo desarrollado.....	64
4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	65
4.5.1. Técnicas	65
4.5.2. Instrumentos para la recolección de la información.....	65
4.5.3. Confiabilidad de los instrumentos.....	65
4.5.4. Validez de los instrumentos.....	67
4.6. Análisis y procesamiento de datos	68
4.7. Aspectos éticos en Investigación.....	68
V. RESULTADOS	69
5.1. Resultados descriptivos.....	69
5.1.1. Resultados de la Variable Cultura Organizacional	69
5.1.2. Resultados de la Variable Calidad del servicio.....	71
5.2. Resultados inferenciales.....	73
5.2.1. Pruebas de normalidad	73
5.2.2. Prueba de hipótesis general.....	75
5.2.3. Pruebas de hipótesis específicas	76
VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	82
6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados.....	82
6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares	85
6.3. Responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes	88
VII. CONCLUSIONES.....	89
VIII. RECOMENDACIONES.....	91
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
ANEXOS	106
- Matriz de consistencia	106
- Instrumentos validados.....	109
- Consentimiento informado en caso de ser necesario.....	125
- Base de datos.....	127
- Baremación	134
- Capturas del procesamiento de datos	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Culturas relacionadas con las dimensiones de Cameron y Quinn	33
Tabla 2 Operacionalización de la variable Cultura Organizacional	60
Tabla 3 Operacionalización de la variable Calidad del servicio.....	61
Tabla 4 Muestra estratificada	64
Tabla 5 Prueba de confiabilidad de Cultura Organizacional	66
Tabla 6 Prueba de confiabilidad de Calidad del servicio	66
Tabla 7 Niveles de fiabilidad según el Alfa de Cronbach	66
Tabla 8 Validez por juicio de expertos del instrumento de primera variable	67
Tabla 9 Validez por juicio de expertos del instrumento de segunda variable	67
Tabla 10 Distribución de frecuencias de Cultura Organizacional	69
Tabla 11 Distribución de frecuencias de las Dimensiones de la Cultura Organizacional	70
Tabla 12 Distribución de frecuencias de Calidad del servicio	71
Tabla 13 Distribución de frecuencias de las Dimensiones de Calidad del servicio	72
Tabla 14 Pruebas de normalidad	73
Tabla 15 Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.....	74
Tabla 16 Correlación entre Cultura organizacional y Calidad del servicio	75
Tabla 17 Correlación entre Características dominantes y Calidad del servicio.....	76
Tabla 18 Correlación entre Liderazgo organizacional y Calidad del servicio	77
Tabla 19 Correlación entre Gestión de empleados y Calidad del servicio	78
Tabla 20 Correlación entre Cohesión organizacional y Calidad del servicio	79
Tabla 21 Correlación entre Énfasis estratégicos y Calidad del servicio	80
Tabla 22 Correlación entre Criterios de éxito y Calidad del servicio	81
Tabla 23 Base de datos de prueba piloto de Cultura Organizacional	127
Tabla 24 Base de datos de prueba piloto de Calidad del servicio.....	127
Tabla 25 Matriz de datos de la Variable Cultura organizacional	128
Tabla 26 Matriz de datos de la Variable Calidad del servicio	131
Tabla 27 Baremos de Cultura Organizacional.....	134
Tabla 28 Baremos de Calidad del servicio	134

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de niveles de la cultura organizacional de Schein.....	29
Figura 2 Modelo marco de valores en competencia.....	32
Figura 3 Modelo de rasgos de la cultura organizacional de Denison	35
Figura 4 Proceso de socialización.....	38
Figura 5 Modelo de la imagen o nórdico	43
Figura 6 Modelo de los tres componentes	44
Figura 7 Modelo SERVQUAL.....	46
Figura 8 Organigrama de FSI S.A.C.	50
Figura 9 Niveles de Cultura Organizacional.....	69
Figura 10 Niveles de Dimensiones de Cultura Organizacional	70
Figura 11 Niveles de Calidad del servicio	71
Figura 12 Niveles de Dimensiones de Calidad del servicio.....	72
Figura 13 Datos en Microsoft Excel 2019	135
Figura 14 Datos en SPSS versión 27.0.1.0.....	135

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar de qué manera la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

En la metodología se realizó un estudio básico, descriptivo y correlacional, diseño no experimental y transversal; método hipotético - deductivo y enfoque cuantitativo. En lo que se refiere la población, estuvo conformada por 78 colaboradores (incluido trabajadores y clientes), donde se calculó una muestra probabilística aleatoria estratificada de 65 colaboradores. Para la recolección de datos, como técnica se utilizaron las encuestas, siendo los instrumentos dos cuestionarios con escala de Likert, cada uno con 20 ítems para medir las variables de estudio. Asimismo, de acuerdo a las teorías científicas, se determinó las dimensiones para la cultura organizacional: características dominantes, liderazgo organizacional, gestión de empleados, cohesión organizacional, énfasis estratégicos y criterios de éxito; y para calidad del servicio: confiabilidad, seguridad, tangibles, empatía, y capacidad de respuesta.

Para corroborar las hipótesis se utilizó la prueba estadística no paramétrica, siendo el coeficiente de Correlación de Rho de Spearman. En cuanto a los resultados encontramos que el valor de $p = 0.000 < \alpha = 0.05$, concluyendo que existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022. Además, dicho coeficiente es 0.924 (92.4%) señalando que las variables tienen una correlación positiva muy alta.

Palabras claves: Cultura organizacional, Calidad del servicio.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine how the organizational culture is related to the quality of the service of the company Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

In the methodology, a basic, descriptive and correlational study, non-experimental and cross-sectional design was carried out; hypothetical - deductive method and quantitative approach. Regarding the population, it was made up of 78 collaborators (including workers and clients), where a stratified random probabilistic sample of 65 collaborators was calculated. For data collection, surveys were used as a technique, the instruments being two questionnaires with a Likert scale, each with 20 items to measure the study variables. Likewise, according to scientific theories, the dimensions for organizational culture were determined: dominant characteristics, organizational leadership, employee management, organizational cohesion, strategic emphases and success criteria; and for service quality: reliability, security, tangibles, empathy, and responsiveness.

To corroborate the hypotheses, the non-parametric statistical test was used, being the Spearman Rho Correlation coefficient. Regarding the results, we found that the value of $p = 0.000 < \alpha = 0.05$, concluding that there is a significant relationship between the organizational culture and the quality of the service of the company Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022. Furthermore, said coefficient is 0.924 (92.4%) indicating that the variables have a very high positive correlation.

Keywords: Organizational culture, Service quality.

INTRODUCCIÓN

En el entorno empresarial, el desarrollo de la cultura en las organizaciones es esencial para asegurar el éxito de las actividades productivas, con los trabajadores y los clientes, ya que se encarga de orientar la forma de conducción de las empresas (Antón et al., 2016). Debido a lo anterior, la investigación hace énfasis en las deficiencias que se encuentran en la cultura organizacional, puesto que elementos como los riesgos, estabilidad y las normas, no permiten una adecuada dirección, retención laboral o sobrellevar circunstancias asociadas con la productividad y calidad.

De esta manera, es como toma relevancia conocer la calidad de los servicios ofrecidos a los usuarios, puesto que la competencia se encuentra en constante rivalidad por retener a los clientes y fidelizarlos, no obstante, la calidad ofrecida no es la más oportuna en el mercado debido a las carencias tangibles, falta de satisfacción de los usuarios y obstáculos para alcanzar las metas previstas. Ante la realidad de estas variables, se plantea el siguiente problema general: ¿De qué manera la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

Del mismo modo, la investigación tiene como objetivo central determinar de qué manera la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022, en busca de la gestión de las culturas dominantes vinculadas a la calidad de los servicios ofrecidos.

Respecto a la hipótesis general, se plantea que existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022; siendo necesario la elaboración de instrumentos idóneos para la recolección de datos y otros análisis.

El desarrollo de la Tesis se encuentra estructurado en nueve capítulos, conformados de la siguiente manera:

El Capítulo I: titulado planteamiento del problema, contiene la descripción de la realidad problemática, formulación del problema, objetivos, justificaciones y limitantes de la investigación.

El Capítulo II: denominado marco teórico, comprende los antecedentes previos de la investigación siendo internacionales y nacionales, bases teóricas, marco conceptual y definición de términos básicos.

El Capítulo III: titulado hipótesis y variables se plantean la hipótesis general y las hipótesis específicas; contiene definiciones y operacionalización de las variables.

El Capítulo IV: denominado metodología del proyecto, comprende el diseño metodológico, método de investigación, población y muestra, lugar de estudio y periodo desarrollado, técnicas e instrumentos de recolección de información, análisis y procesamiento de datos, y los aspectos éticos en la investigación.

El Capítulo V: titulado resultados, contiene los resultados descriptivos e inferenciales.

El Capítulo VI: denominado discusión de resultados, comprende la contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados, contrastación de los resultados con otros estudios similares, y responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes.

El Capítulo VII: titulado conclusiones, contiene con exactitud los resultados obtenidos en la investigación.

El Capítulo VIII: denominado recomendaciones, comprende las sugerencias para que sean consideradas por la organización e involucrados.

El Capítulo IX: titulado referencias bibliográficas, contiene las fuentes documentales de los autores citados en la investigación.

En los anexos, comprende la matriz de consistencia, instrumentos validados, consentimiento informado en caso de ser necesario, base de datos, baremación y capturas del procesamiento de datos.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Hoy en día, la cultura organizacional es un elemento con trascendencia para las empresas, específicamente en el potencial de sus recursos humanos, puesto que fortalece e impulsa la originalidad, el logro de los objetivos y la adaptabilidad en los entornos cambiantes y determinantes en la producción empresarial (Gamboa y Soto, 2022). De esta manera, la calidad en las empresas se fundamenta en la creación de una variedad de elementos orientados a lograr la mayor calidad en los bienes y servicios ofrecidos y, ha obtenido tal importancia que en el extranjero existen normativas con patrones de calidad para que la competencia en el mercado sea totalmente globalizado, agresivo y exigente (Macías et al., 2022).

En el entorno mundial, Estados Unidos es el país que ha hecho más estudios organizacionales, expresando sus hallazgos en diversas fuentes de investigación y corrientes teóricas, dentro de ellas, sobresale los aportes de Pettigrew (1979) a finales de los años 70, afirmando que la cultura organizacional está conformada por un conjunto de significados comunes para los empleados de una empresa en un determinado momento (Reyes & Moros, 2019). Asimismo, según Franco (2021, como se citó en Benavides y Camacho, 2022), el centro de las relaciones de la globalización es China, debido a su gran desarrollo en los últimos años, complementándose con una visión gubernamental, económica, cultural y societaria, resultando novedoso para el mundo occidental, ya que gran parte de la atención popular se ha centrado en la disminución de salarios, los subcontratos y la cadena de suministro, vinculándose con las tasas de cambio y la comunicación política. A pesar de ello, los problemas organizacionales chinos son considerables, siendo uno de los actores universales de un mercado conformado por empresas, principalmente de origen norteamericano, europeo y japonés.

Por otra parte, según American Customer Satisfaction Index (2019, como se citó en Tamayo, 2022) existe incertidumbre organizacional por el bajo nivel de satisfacción de los ciudadanos estadounidenses en el año 2018, por

la presencia de tres factores como la puntualidad y sencillez de los procesos con 3%, el profesionalismo y delicadeza en el servicio con 3%; y la apreciación sobre las capacidades de los portales digitales con 1%, por lo que la apreciación pública disminuye en todas las áreas de las entidades. Sin embargo, para Melgar (2019) en gran parte del mundo, la calidad del servicio tiene gran importancia para las organizaciones, debido al aumento de la competencia en el mercado, por ello una de las metas empresariales es conservar a los usuarios, con el propósito de atender sus exigencias y perspectivas cuando decidan comprar artículos o servicios, logrando su fidelización con la marca. Las entidades con popularidad, se caracterizan por una excelente calidad en sus servicios, por lo que la gerencia y los trabajadores deben relacionarse de la mejor manera para transmitir confianza en las experiencias de compras y lograr la ampliación de su cartera de clientes.

A nivel de Latinoamérica, durante los años 2015-2020, el desarrollo de la cultura organizacional en las industrias ha generado cambios internos y externos a través de las experiencias compartidas por todos los colaboradores, por medio de sus experiencias que contribuyen al crecimiento empresarial (Jimenez y Rosas, 2020). Por otro lado, es necesario destacar que los empleados son el elemento más importante, por lo que una cultura bien dirigida hacia su bienestar producirá que conceptualicen a la empresa no solo como un medio de percibir ingresos sino también como un lugar donde se encuentran unidos e integrados para alcanzar las metas planteadas de manera participativa. El papel de la cultura organizacional radica en la composición o estructura de toda industria, ya que crea su personalidad y hace que sus colaboradores sientan sentido de pertenencia y compromiso. Asimismo, los trabajadores que compartan los mismos valores de la empresa serán leales, evitando la rotación de personal que se realiza de manera reiterada en las organizaciones. En este punto, es necesario señalar que en el Estado de México las razones más comunes de renuncia son la insatisfacción de los salarios con 24.3%, las escasas posibilidades para crecer en un 22.8%, y un deficiente ambiente de trabajo con 13.1% (Zamora, 2020).

De igual importancia resulta el crecimiento del comercio de máquinas de transporte en Sudamérica, situación reflejada en Bolivia gracias a la entrada de multinacionales. No obstante, en realidades pasadas, las organizaciones ofrecían servicios de mantenimiento y asistencia técnica, ya que sus reglamentos estipulaban obligatoriamente brindar garantías. Sin embargo, con el pasar del tiempo, el mercado se ha encontrado rodeado de empresas competidoras y algunas brindan servicios complementarios para lograr fidelizar a sus usuarios. Actualmente, en base a las nuevas regulaciones y normativas, los clientes pueden justificar legalmente la falta de uso de los servicios sin que pierda las garantías de fábrica, lo que ocasiona la disminución considerable en sus ingresos por servicios. Por tales razones, aumentan las industrias que destinan recursos para diseñar servicios diferenciados (Aramayo, 2020).

En el ámbito peruano, las culturas predominantes en las organizaciones tienen gran importancia, debido a que los administrativos perciben que solamente se logrará maximizar la calidad por medio del reconocimiento de sus elementos. Por este motivo, los empleados tienen la obligación de conocer y formar parte de la cultura empresarial para aportar en la mejora de aptitudes, actitudes, habilidades y conocimientos dentro de un ambiente con satisfacción laboral. Además, la producción y administración del recurso humano, se han convertido en aspectos apreciables para las compañías (Calderón, 2018). Sin embargo, otras investigaciones manifiestan que todavía perduran entidades que no brindan suficiente relevancia a la cultura organizacional, puesto que consideran que no es clave para realizar reestructuraciones (Pozo, 2021).

De la misma manera, la producción metalmecánica evidenció un incremento de 6.1% en los primeros cuatro meses del 2018 y aproximadamente 1,185 organizaciones locales de este rubro se encuentran en la ciudad arequipeña, siendo un mercado con muchos competidores que se preocupan por elevar la calidad de sus servicios o bienes a los clientes. De hecho, los usuarios esperan que la producción se ejecute con materiales de estándares sujetos a evaluaciones automáticas bajo normativas internacionales, que garanticen su calidad, de modo que los esfuerzos se enfoquen en brindar un excelente servicio (Mamani, 2019).

A nivel local, en la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. (Sociedad Anónima Cerrada) ubicado en la provincia de Cañete, dedicada a la venta de maquinarias agrícolas, repuestos y diversos servicios del rubro metalmecánico, según el análisis realizado a la cultura organizacional hacia los colaboradores, por medio de sus dimensiones e indicadores, se evidenció algunos inconvenientes en las características dominantes, como el acceso limitado a recursos físicos y poca promoción del bienestar social de los trabajadores sujetos al control administrativo. Asimismo, en cuanto al liderazgo, los riesgos no son asumidos adecuadamente ante incidentes debido a la carencia de información, generando percances con los trabajadores y usuarios. De la misma forma, en la gestión de empleados, existe incertidumbre en la continuidad laboral de los puestos, seguridad y crecimiento de sus aprendizajes. Algo semejante ocurre con la cohesión organizacional, ya que la organización no tiene definido políticas, funciones, sanciones, etc. por medio de instructivos especializados como MOF (Manual de Organización y Funciones) o ROF (Reglamento de Organización y Funciones), ocasionando altercados laborales y repercutiendo en el logro de sus objetivos. Por otro lado, en los énfasis estratégicos, la agilidad organizacional se restringe por la falta de reestructuraciones internas y poca adaptación a los cambios externos (aumento de precios y avances tecnológicos), adherido a ello, la poca eficiencia en la distribución de los recursos de la producción. Otro punto a considerar son los criterios de éxito, dado que la entidad se enfoca en desarrollar planes de producción y fijar costos, sin considerar otros aspectos como ofrecer servicios exclusivos y consolidar la presencia de su marca.

En el mismo contexto, se evidencia dificultades en la calidad del servicio de la empresa metalmecánica asociados con elementos culturales, como la falta de crecimiento potencial de la cartera de clientes. Además, no se cuenta con un registro ordenado y eficaz de las operaciones generando problemas en la atención de los clientes, añadiendo la carencia de equipos modernos en sus instalaciones. Sus trabajadores muestran interés acortado o limitado, dado que los atienden con mínima seguridad, sin capacitación profesional e inadecuada atención personalizada en las jornadas establecidas. Los cambios de precios

inesperados en el mercado generan una comunicación inapropiada entre los proveedores y empleados, conllevando a la demora en los pedidos, por lo que es necesario mejorar esta situación para no ser superado por la competencia.

Por lo desarrollado en los párrafos anteriores, este trabajo de investigación propone una probable relación entre la cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa de estudio.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera las características dominantes se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

¿De qué manera el liderazgo organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

¿De qué manera la gestión de empleados se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

¿De qué manera la cohesión organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

¿De qué manera los énfasis estratégicos se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

¿De qué manera los criterios de éxito se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. *Objetivo general*

Determinar de qué manera la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

1.3.2. *Objetivos específicos*

Diagnosticar de qué manera las características dominantes se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Demostrar de qué manera el liderazgo organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Evaluar de qué manera la gestión de empleados se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Conocer de qué manera la cohesión organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Identificar de qué manera los énfasis estratégicos se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Analizar de qué manera los criterios de éxito se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

1.4. Justificación

1.4.1. *Justificación práctica*

Este proyecto de investigación, se justifica porque por medio de su técnica e instrumentos, ayudará a la medición práctica y sistemática de la relación existente entre la cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete.

De la misma manera, sirvan de modelos o ejemplos para obtener datos importantes para futuras investigaciones vinculadas a los temas planteados. Los resultados de la investigación mostrarán el grado de asociación de las deficiencias, para proponer sugerencias de cambios culturales para un adecuado entorno laboral y con ello se obtenga la excelencia de los servicios.

1.4.2. *Justificación metodológica*

Con la aplicación del procedimiento de la investigación científica y el análisis de los factores que ocasionan la problemática, se elaboraron instrumentos, que luego serán validados para el desarrollo de la tesis, por ello resulta importante que los cuestionarios incorporen la escala de Likert para medir la relación de la cultura organizacional y calidad del servicio, y sus respectivas dimensiones. Este proyecto aplicará encuestas para la recolectar datos y su procesamiento en cuadros estadísticos; serán los resultados los que servirán para plantear estrategias que ayuden a una búsqueda exhaustiva de los elementos como el título de dicho estudio en las organizaciones y de la misma manera, ayudará a otros profesionales para encontrar conocimientos actualizados para sus posteriores estudios en contextos similares.

1.4.3. *Justificación social*

Se justifica en lo social porque la investigación involucra la participación de los trabajadores y clientes de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, siendo los beneficiarios cuando disponen del requerimiento de determinados servicios. Asimismo, favorece a los negocios del rubro metalmecánico y a la sociedad, puesto que tendrán información referencial para tomar mejores decisiones ante problemáticas similares en las diversas entidades.

1.4.4. *Justificación técnica*

La investigación se justifica técnicamente, porque a través de las aplicaciones de las teorías y los conceptos básicos se medirá la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación &

Servicios El Iqueño S.A.C. De igual forma, las medidas incorporadas técnicamente, permitirán observar la percepción de los colaboradores (internos y externos) sobre las culturas predominantes y análisis exhaustivo de la calidad ofrecida.

1.5. Limitación de la investigación

1.5.1. Limitación teórica

El estudio permitirá el desarrollo de las principales teorías que involucran la cultura organizacional y la calidad del servicio, teorizando cada una de ellas, permitiendo su estudio en el contexto y realidad social involucrada. Cabe destacar que, la cantidad de investigaciones sobre las variables de estudio en el territorio peruano es destacable, pero los aportes extranjeros son muy pocos, es decir, faltan nuevas evidencias científicas contemporáneas a nivel de pregrado. En tal sentido, se reconocen limitaciones teóricas en la búsqueda de investigaciones en las diversas organizaciones internacionales.

1.5.2. Limitación temporal

La investigación se desarrollará en dos periodos: el primer periodo comienza entre los meses de enero a junio del 2022, donde se planteó el proyecto de investigación. Seguidamente, el segundo periodo iniciará desde julio a diciembre del 2022, donde se realizarán las mejoras, correcciones del caso, recolección y procesamiento de datos.

1.5.3. Limitación espacial

El lugar donde se llevará a cabo el proyecto será en la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. ubicada en Jr. Augusto B Leguía Nro. 523 (entre Av. Sucre y Augusto B Leguía), existiendo limitaciones para el levantamiento de la información necesaria, por las vías de acceso a la empresa y disponibilidad de los colaboradores.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Cortés (2022), *“Sistema de gestión para la cultura organizacional direccionada a la sostenibilidad de una empresa comercializadora de productos para la construcción en Santiago de Cali-Colombia”*, Tesis para optar al Título de Magíster en Administración de Empresas, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali, Colombia. El estudio tuvo como objetivo diseñar un sistema de gestión de la cultura organizacional direccionada a la sostenibilidad de una empresa comercializadora de productos para la construcción ubicada en la ciudad de Santiago de Cali – Colombia. La metodología fue de tipo descriptivo – correlacional y con un diseño no experimental transversal. La población lo conformaron 198 colaboradores, por ello se determinó una muestra estratificada de 98 colaboradores (65 administrativos, 27 comerciales y 6 operativos). Asimismo, se estableció un enfoque mixto cuali-cuantitativo como base para la selección de la técnica encuesta, que permitió el diseño de un cuestionario con opciones de respuesta según la escala de Likert y la declaración de 67 reactivos, siendo el instrumento aplicado a la muestra de estudio. Los resultados determinaron que existen subdimensiones de la cultura organizacional que presentaron una correlación positiva altamente significativa con la implementación de prácticas asociadas con la dimensión social y ambiental de la sostenibilidad. De la misma manera, la investigación llegó a la conclusión que se deben alinear los principios de gestión desde una prospectiva estratégica para que tenga un efecto en la gestión de la cultura organizacional, que contribuya a consolidar el posicionamiento de la organización y su reputación.

Navarrete (2019), *“Cultura organizacional y su relación con el estrés en trabajadores de una empresa metalmeccánica en Celaya”*, Tesis para obtener el grado de Maestra en Gestión Administrativa,

Tecnológico Nacional de México en Celaya, Celaya, México. La investigación tuvo como propósito identificar si existe una relación entre la percepción de las dimensiones que integran la cultura organizacional de la empresa y los niveles de estrés de los trabajadores, para crear estrategias de fortalecimiento de los valores empresariales y manejo del estrés en los trabajadores. En la metodología, el tipo de estudio fue no experimental, ex post facto, transversal, descriptivo y correlacional. La población lo conformó 114 trabajadores entre los que se encuentran operarios, personal de calidad, mantenimiento y administrativos, por lo que se determinó una muestra de 89 trabajadores. Las técnicas e instrumentos fueron previamente validados y adaptados para trabajadores latinos. Como conclusión, llevando a cabo el análisis descriptivo y la correlación a través del coeficiente de correlación de Pearson con un resultado de $r=0.6116$, encontrándose en un rango entre +0.50 y +0.69, se considera una relación moderada directa entre las variables, por lo cual se acepta la hipótesis de que existe relación entre la cultura organizacional y el estrés.

Pazmiño (2019), *“Cultura organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Industrias Catedral s.a. de la ciudad de Ambato”*, Proyecto de Investigación o Titulación previo a la obtención del Título de Psicólogo Industrial, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. El estudio tuvo como objetivo general establecer la relación de la cultura organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Industrias Catedral S.A. de la ciudad de Ambato. En cuanto a la metodología, cuenta con enfoque cuantitativo y cualitativo, de modalidad de campo y bibliográfica-documental, siendo sus niveles exploratorio, descriptivo y correlacional. La población y muestra estuvieron conformadas por 63 personales operativos y administrativos. Para la recolección de datos, la información se obtuvo por medio de la encuesta Denison Organizational Culture Survey (Denison & Neale, 2000), observación y entrevistas no formales. Los resultados, de la primera variable cultura organizacional y de la segunda

variable desempeño laboral fueron correlacionados a través de la prueba estadística Rho de Spearman, arrojando una Sig. bilateral menor a p valor= 0,05, permitiendo aceptar la hipótesis alternativa que confirma la relación entre la cultura organizacional y el desempeño laboral de colaboradores de la empresa Industrias Catedral S.A.

Solís (2021), *“Análisis de la relación entre la cultura organizacional y las fuentes de poder en una empresa del sector automotriz que ofrece soluciones de movilidad en la ciudad de Quito”*, Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Magister en Administración de Empresas mención Operaciones en sectores estratégicos, Escuela Politécnica Nacional, Quito, Ecuador. La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura organizacional y las fuentes de poder en una empresa que ofrece soluciones de movilidad para que logre adaptarse a su nueva realidad de giro de negocio. En la metodología de investigación, tuvo naturaleza cuantitativa, alcance descriptivo-correlacional y diseño no experimental. La población lo constituyen 613 colaboradores de la empresa, por ello, se determinó la muestra con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, dando como resultado 236 colaboradores. Las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, fueron cinco encuestas (102 preguntas). Luego de realizar el análisis estadístico, se realizaron correlaciones causales entre cultura y las fuentes de poder; en donde los resultados indican que existen una relación lineal directamente proporcional débil entre las fuentes de poder legítimo y las culturas: clan actual, adhocrática actual, mercado actual y jerárquica actual. A su vez, se ha encontrado que existe una relación lineal directamente proporcional débil entre las fuentes de poder legítimo y experto; lo que permite inferir que al trabajar sobre estas fuentes de poder, se pueden cambiar los niveles de cultura organizacional, con lo cual la empresa podría alcanzar la cultura deseada.

Valencia (2018), *“Cultura organizacional de la Defensoría Pública del Ecuador y su incidencia en la calidad de los servicios del*

Centro de Mediación en el Distrito Metropolitano de Quito”, Trabajo de titulación, previo a la obtención del Título de Administrador de empresas, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí, Ecuador. El estudio tuvo como propósito investigar la cultura organizacional de las pequeñas y medianas empresas reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi mediante instrumentos de indagación para medir su influencia en la calidad de los servicios. En la metodología, la investigación cuenta con enfoque cuantitativo y cualitativo, además es descriptivo, correlacional, documental y de campo. La población objeto de estudio lo conformaron 419 personales de la Defensoría Pública del Ecuador y 1407 usuarios atendidos, determinándose una muestra estadística de 201 empleados y 302 clientes. En cuanto a las técnicas e instrumentos, se utilizó el cuestionario denominado Organizational Cultural Assessment Instrument (OCAI) de Cameron & Quinn (1999) y el modelo Servperf de Cronin & Taylor (1992). Como conclusión, mediante la aplicación de la correlación de Spearman se determinó que si existe incidencia entre la cultura organizacional y la calidad de servicios con un nivel de significancia del 0,05 (95% de confianza que la correlación es verdadera y 5% de probabilidad de error), con tendencia positiva.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Crisolo y Lazo (2019), *“Cultura Organizacional y Calidad de Servicio en la empresa de transporte marítimo Maersk Line Perú, en Lima, en el 2018”*, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre cultura organizacional y calidad de servicio en el sector de transporte marítimo en la empresa Maersk Line Perú, en el distrito de Lima, en el año 2018. En el marco metodológico, fue de enfoque cuantitativo y nivel correlacional; diseño descriptivo, correlacional no experimental y transeccional. La población y muestra

censal lo conformaron 50 trabajadores de la empresa de estudio. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento, se elaboraron cuestionarios estructurados sobre las variables de investigación. Los resultados determinaron la relación que existe entre cultura organizacional y la calidad de servicio en el sector transporte marítimo en la empresa Maersk Line Perú en el distrito de Lima en el 2018. Porque el valor de Chi Cuadrado=18,965 con un grado de libertad $gl. = 4$ y un $p=0,001$; porque se verificó que existe evidencia suficiente para concluir que existe relación significativa entre las variables cultura organizacional y calidad de servicio en la empresa Maersk Line Perú, 2018. (Chi cuadrado, $***p = 0,001$). Asimismo, según la prueba de correlación de Rho Spearman = 0.300 ($***p = 0,034$), se concluye que existe correlación directa y significativa entre las variables de investigación.

Ninantay (2022), *“Cultura organizacional y la calidad de servicio en la empresa WH Consultores e Ingenieros SAC, distrito Los Olivos, 2022”*, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad César Vallejo, Lima, Perú. La investigación tuvo como propósito determinar la relación existente entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en la empresa WH consultores e ingenieros SAC, Distrito Los Olivos, 2022. En cuanto a la metodología utilizada, fue de tipo aplicada, diseño no experimental de corte transversal, nivel correlacional, enfoque cuantitativo. La población y muestra lo conformaron 80 trabajadores de la empresa WH consultores e ingenieros SAC. Como técnica de recolección de datos se empleó la encuesta y como instrumentos dos cuestionarios. El estudio llegó a la conclusión que con una correlación de Rho Spearman obtenida igual a 0.995 y un nivel de significancia bilateral de 0.000 menor a 0.05, existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio en la empresa WH Consultor e Ingenieros de Calidad de Servicio SAC, Los Olivos Distrito, 2022.

Ortega y Rosales (2023), *“Cultura organizacional y la calidad de servicio en la atención al huésped de una empresa hotelera, Cusco 2022”*, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. El trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar si existe relación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en la atención al huésped de una empresa hotelera, Cusco 2022. La metodología de estudio fue de enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental. La población estuvo constituida por 130 colaboradores, de los cuales se determinó la muestra probabilística de 97 colaboradores. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento, se elaboraron cuestionarios sobre las variables de estudio en base a las teorías. Los resultados del estudio mostraron que existe una correlación significativa alta entre la cultura organizacional y la calidad de servicio con un coeficiente de Rho Spearman = 0.870, concluyendo que una cultura organizacional sólida garantizará un alto nivel de calidad de servicio en la atención al huésped de una empresa hotelera.

Sommo (2022), *“Cultura organizacional y calidad de servicio en la Capitanía Guardacostas Fluvial de Pucallpa – 2021”*, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa, Perú. El estudio tuvo como propósito determinar la relación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en la Capitanía Guardacostas Fluvial de Pucallpa – 2021. En el marco metodológico, la investigación fue de tipo aplicada, nivel correlacional, y el diseño utilizado es el no experimental. La población lo conformaron 74 usuarios de las embarcaciones pertenecientes al Puerto de Ucayali, de los que se obtuvo una muestra de 62 usuarios. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento, se elaboraron cuestionarios con 32 preguntas con su respectiva validación por expertos. La investigación concluyó que existe relación significativa alta de (Rho Spearman = 0.834** & p = .00 < .05) entre la cultura

organizacional y la calidad de servicio en la Capitanía Guardacostas Fluvial de Pucallpa – 2021.

Villanueva (2021), *“Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio al cliente de la empresa Nedley Support SAC, Trujillo, 2021”*, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. La investigación tuvo como objetivo general determinar el grado de relación de la cultura organizacional y la calidad de servicio al cliente de la empresa Nedley Support SAC, Trujillo, 2021. El diseño de la investigación fue correlacional. La población y muestra lo conformaron 2 grupos: el primer grupo conformado por 10 trabajadores y el segundo grupo estuvo conformado por 26 clientes de la empresa Nedley Support SAC. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento, se elaboraron cuestionarios sobre las variables de estudio en base a las teorías. La investigación llegó a la conclusión que el grado relación entre la variable cultura organizacional y la calidad de servicio es significativa y alta, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.745.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Cultura

Según Taylor (1920, como se citó en Quiroz et al., 2020) la cultura es un concepto con mucha complejidad que abarca conocimientos, creencias, artes, ética, moral, normas, leyes, costumbres, capacidades y hábitos adquiridos por el individuo mediante la convivencia en la sociedad.

Solomon (2013, como se citó en Llanos, 2018) manifiesta que la cultura es la identidad de una empresa, incluyendo pensamientos o comportamientos abstractos, como valores o argumentos éticos y recursos materiales y servicios, como tecnología, vestimentas, alimentos, artes, deportes y la productividad de la sociedad. Asimismo, implica un conjunto de significados, rituales, normativas y tradiciones compartidos por los integrantes de una determinada organización.

De la misma forma, para Pulido y Serrano (2019) la cultura también se conceptualiza en el ámbito de las ciencias que estudian la sociedad como el conjunto de pensamientos, conductas, alegorías y prácticas colectivas, transmitidos a las diversas generaciones por medio de las relaciones en comunidad, siendo la herencia social del pueblo.

2.2.2. Organización

Velásquez (2007) manifiesta que es un sistema estructurado e interpuesto en un ambiente adverso con el que se realiza cambios de energía, materiales, información y efectivo, es decir, la organización es un sistema socio-técnico amplio, el cuál posee, vínculos de acceso (suministros), salidas (mercaderías o artículos) y periodos de reingreso para renovar el mismo sistema, ya sea en su composición, operación y finalidad, permitiendo su sostenibilidad en el tiempo, además es necesario considerar los procedimientos internos de reinserción, acoplamiento y autocorrecciones, para establecer mejores relaciones adecuadas con el entorno.

Por otra parte, Robbins y Judge (2009) afirman que la organización es una entidad constituida de manera formal, integrada por dos o más ciudadanos, que realizan sus actividades económicas sobre el principio de continuidad limitada para alcanzar objetivos comunes

En contraste, Velasco (2015) propone que una organización es una sociedad con límites indefinidos pero distinguibles, además cuenta con normativas o reglamentos, autoridad, mecanismos de comunicación y coordinación entre sus miembros; teniendo existencia de forma permanente en un entorno, abarcando actividades que tienen correspondencia con los objetivos y brindando resultados positivos o negativos para los gerentes, trabajadores y la comunidad.

2.2.3. Cultura organizacional

Para Schein (2004, como se citó en Quiroz et al., 2020) la cultura organizacional es un modelo que cuenta con suposiciones elementales que son compartidos y practicados por varias personas en la medida en

que solucionan o sobrellevan las dificultades de adecuación externa y adecuación interna, para ello se debe considerar su desempeño ideal para ser apreciado válido, y, por esta razón, es transmitido a los nuevos integrantes como la forma exacta de distinguir, reflexionar y percatarse en relación con los inconvenientes.

De la misma manera, según Cameron y Quinn (2006) la cultura de una organización es la manifestación de sus integrantes sobre aspectos que valoran, los estilos de liderazgo imperantes, las expresiones, los símbolos, los procesos, las rutinas, y las perspectivas de éxito que hacen que una entidad sea muy valiosa y diferenciada sobre la competencia.

Ramón et al. (2017) manifiestan que la cultura en las organizaciones, consiste en una agrupación de creencias o mitos, virtudes, símbolos, reglas, historias y leyendas, ideas, bienes intangibles, modelos de conducta, que la hacen exclusiva y se distingue de las demás sociedades. Asimismo, es la manera en cómo desarrollar o hacer las cosas en las empresas, es decir, es lo que la entidad realiza bien y transmite a las partes interesadas, siendo las razones por las que tiene un lugar muy importante en el mercado.

2.2.4. Funciones de Cultura organizacional

En una organización, según Nelson y Quick (2013, como se citó en Velasco, 2015) la cultura tiene cuatro funciones esenciales:

- Otorga un sentido de identidad a los integrantes y aumenta su compromiso con los propósitos de la empresa. Esto quiere decir que los trabajadores cuentan con un empleo satisfactorio, donde aprenden e incorporan los valores organizacionales y logran simpatizar con sus compañeros en el ambiente laboral.
- Brinda a los colaboradores internos un método para entender el significado de los eventos organizacionales, para ello se apoyan en la utilización de símbolos corporativos como los logotipos para que los

trabajadores comprendan el origen cambiante de su personalidad con la empresa.

- Consolidación de los valores dentro de la sociedad.
- Es un mecanismo de control y adaptación del comportamiento de todos los trabajadores con los reglamentos de la entidad.

De la misma manera, Ramón et al. (2017) señalan que las funciones de la cultura organizacional están vinculadas con las orientaciones recibidas para la interpretación de los significados, es decir al grupo de convicciones, signos, principios, paradigmas, costumbres, mitos, recursos intangibles, modelos de conducta, todo ello constituye la personalidad de la empresa, siendo de carácter peculiar y con naturaleza en sí misma, además la forma de ejecutar sus actividades, es la que establece las prácticas aceptadas para lograr las metas empresariales.

2.2.5. Modelos teóricos de Cultura organizacional

A. Modelo teórico de Hofstede para evaluar culturas

Hofstede (1980, como se citó en Chiavenato, 2009) con la finalidad de analizar los elementos o factores culturales en 50 países, desarrolló un estudio que incorporó a más de 116000 individuos. Por otro lado, Robbins y Judge (2009) en base a sus investigaciones sobre la cultura, encontraron que los administradores y empleados tienen discrepancias en cinco dimensiones de los valores de una cultura territorial, las cuales se mencionan y conceptualizan a continuación:

- 1. Distancia del poder:** Grado en que los ciudadanos de una nación reconocen que el poder en los organismos y empresas se distribuyen sin equidad. Asimismo, una valoración alta en esta característica cultural implica la existencia y tolerancia de muchas diferencias en el poder y la riqueza, y una valoración baja señala que la cultura desalienta las divergencias en el poder y la riqueza. Estas sociedades se centran en la imparcialidad y las coyunturas especiales.

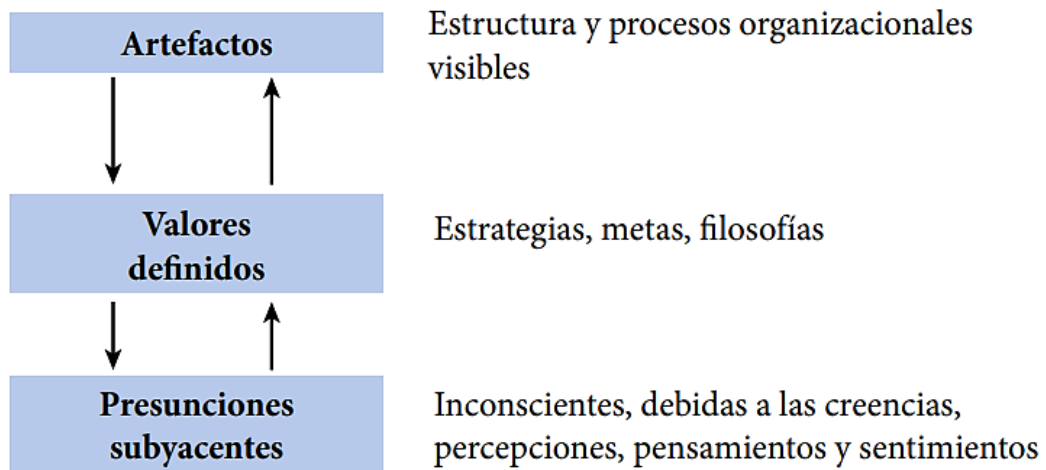
- 2. Individualismo versus colectivismo:** El individualismo es el nivel en que los seres humanos optan por las actividades personales y consideran importante sus propios derechos por sobre su entorno que lo rodea, en cambio, el colectivismo hace referencia a una adecuada composición social ajustada en la que los individuos esperan que los integrantes de sus equipos cuiden de ellos y los apoyen.
- 3. Masculinidad versus feminidad:** Para Hofstede (1980) la masculinidad es el grado en que una cultura beneficia a las funciones masculinas habituales, como ejercer el poder y el control, no existiendo igualdad entre los hombres y las mujeres. Una calificación elevada en la masculinidad manifiesta que la cultura tiene responsabilidades diferentes para damas y varones, y estos últimos someten a la sociedad, por otra parte, una calificación muy elevada en feminidad significa que la cultura no define diferencias entre los deberes de los hombres y las mujeres. Además, la feminidad alta no quiere decir que la cultura hace hincapié en actividades femeninas, sino que destaca el equilibrio entre ambos géneros, puesto que en estas culturas las damas son tratadas igualmente como los varones en todas las perspectivas de la sociedad.
- 4. Evitar la incertidumbre:** Grado en que los individuos de una nación prefieren los contextos confiables que los complejos. En las culturas con una valoración alta, las personas tienen un alto nivel de preocupación sobre las incertidumbres y buscan reducirlos por medio de normas, mientras que, en las culturas con baja valoración, las personas se enojan menos por las imprecisiones y están menos guiados por reglamentos, asumen riesgos y tienen mayor adaptabilidad frente a los cambios.
- 5. Orientación al largo plazo versus al corto plazo:** Es una de las dimensiones más recientes en el modelo propuesto por Hofstede (1980). Es el grado en que una comunidad es partidaria de las virtudes practicadas por un largo periodo, preocupándose por su futuro y la preservación de los valores, por el contrario, a corto plazo, las personas valoran el pasado y el presente; aceptando con facilidad los cambios.

B. El modelo de Schein

Para Schein (1990, como se citó en Quiroz et al., 2020) la cultura organizacional está conformada por tres niveles, en el sentido de que estos van desde un orden materialista a una más intensa. Tales categorías componen elementos de la cultura organizacional que cuentan con diversos estratos de representación con permanencia en la realidad y la parcialidad. Estos niveles son los artefactos que son observables, valores o virtudes y presunciones elementales latentes.

Figura 1

Modelo de niveles de la cultura organizacional de Schein



Nota. La figura muestra los tres niveles que conforman el modelo teórico de Schein.

Tomado de Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional (p.42), por Quiroz et al., 2020, Editorial Universidad Católica de Colombia.

Los niveles mencionados en el modelo teórico, son conceptualizados de la siguiente manera:

- 1) Los artefactos:** comprendido por los procesos y constitución visible de la organización. Esta categoría incluye todos aquellos componentes sencillamente observables de la empresa, desde la estructura física de todos los departamentos, la vestimenta de sus miembros, la manera en que las personas entablan lazos de comunicación, colores y olores del entorno, hasta los elementos o recursos para realizar registros de forma

permanente, como los documentos legales, los artículos y las memorias anuales de la empresa.

- 2) **Valores definidos:** esta categoría o nivel incluye virtudes, normativas y filosofías expuestas a los nuevos miembros que se incorporan y, en general, son los principios administrativos establecidos por los gerentes que guían las conductas y formas de relacionarse e identificarse con los compañeros de trabajo. Estas convicciones y creencias evidentes son compartidas y reconocidas por la sociedad en las actividades cotidianas de la organización y representan los límites entre la ética en el rendimiento personal o grupal.
- 3) **Presunciones o supuestos subyacentes:** son menos perceptibles y reflexivos. Estos aspectos afectan la manera en que los colaboradores internos de una entidad perciben, meditan y sienten en correspondencia al papel o función que desempeñan en ella.

C. El modelo de Cameron y Quinn

Cameron y Quinn (1999, citado por Sepúlveda, 2004) desarrollaron un modelo teórico de la cultura organizacional denominado Marco de valores en competencia (Competing Values Framework), cuya finalidad es identificar y facilitar el proceso de cambio cultural en las empresas. Además, muestra si la entidad cuenta con características sobresalientes en cuanto al nivel de tolerancia frente a los cambios del medio que rodea a los miembros; o por el contrario si la empresa tiene preferencias por su estabilidad y dirección durante la remodelación empresarial. Particularmente, este modelo resalta cuatro clases de cultura: clan, ad hoc, jerarquizada y de mercado.

- 1) **Cultura de Clan:** Este tipo de cultura afirma que la empresa es un lugar con un excelente clima para trabajar y sus miembros comparten sus bienes, llegando a ser tratados como en familia. Los administradores o gerentes de la organización, se consideran guías con un gran vínculo paternal, siendo capaces de relacionarse con todos. Los colaboradores se unen por medio del alto nivel de compromiso y prácticas de sus

tradiciones. La organización se enfoca en obtener beneficios a largo plazo a través del crecimiento personal de sus trabajadores, y la congruencia y moral son elementos fundamentales. El éxito de la empresa se alcanza con la satisfacción de los usuarios y aprecio a las personas, por ello ofrece recompensas por el trabajo grupal, participación y los acuerdos.

- 2) Cultura Adhocrática (Ad-Hoc):** La cultura adhocrática señala que los empleados perciben a la entidad como un espacio muy activo para laborar, de espíritu audaz y entorno creativo, por tanto, los líderes y los trabajadores son muy innovadores y asumen riesgos. Lo que mantiene a la empresa en marcha es el desarrollo de nuevos bienes o servicios, las invenciones, el progreso y adquisición de nuevos recursos. El éxito se obtiene mediante las utilidades por los ingresos generados por la salida de productos o servicios, teniendo una elevada participación en el mercado. La organización estimula la iniciativa individual y la libertad de intelecto.
- 3) Cultura Jerárquica:** Este tipo de cultura se diferencia por la presencia de un espacio de trabajo formalizado y sistemático. Los procesos controlan lo que las personas realizan. Los verdaderos líderes son buenos dirigiendo y organizando. Para esta cultura es primordial la estabilidad y la operatividad eficaz de la empresa, con eficientes mecanismos de control. El éxito de la entidad se determina bajo lo verídico, planes y optimización de costos. La gestión de los empleados implica otorgar puestos de trabajo seguros, donde los incentivos están basados en ascensos a mejores cargos e incremento de las remuneraciones.
- 4) Cultura de Mercado:** La cultura de mercado manifiesta que una entidad está orientada a los resultados, siendo una de sus angustias la ejecución de un buen trabajo. Los colaboradores son muy competitivos y buscan cumplir con los objetivos establecidos. Los líderes realizan una administración exigente y competitiva. El soporte de la empresa está en

el interés de ganar, teniendo como preocupaciones el prestigio y prosperidad organizacional. El éxito se concreta en el dominio del mercado y posicionamiento. En esta cultura, los colaboradores internos están en un entorno en el cual prevalece la evaluación del trabajo realizado y la preferencia en la continuidad laboral.

Figura 2

Modelo marco de valores en competencia



Nota. La figura muestra los cuatro tipos de cultura predominantes en las organizaciones. Tomado de Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional (p.45), por Quiroz et al., 2020, Editorial Universidad Católica de Colombia.

Por otra parte, Cameron y Quinn (2006) bajo estos postulados, elaboraron un instrumento de evaluación de la cultura organizacional (OCAI), siendo el único en incorporar dimensiones de contenido (caracteres de la cultura en las organizaciones utilizados como signos en situaciones para apoyar a los colaboradores a distinguir los valores de la empresa) y dimensiones del perfil (referidas al patrón cultural obtenidos al evaluar un instrumento sobre la cultura, siendo principalmente la fuerza, congruencia y tipo cultural), por lo que, establecieron en su totalidad 6 dimensiones: las características dominantes, liderazgo organizacional, gestión de empleados, cohesión organizacional, énfasis estratégicos y criterios de éxito, resultando de

gran utilidad ya que precisan los aspectos importantes de una organización con cultura latente. En este apartado, es necesario recalcar que la conceptualización de estas dimensiones se describe en el marco conceptual, por considerarse esenciales para desarrollar esta investigación. Asimismo, es importante señalar las características de las dimensiones en cada cultura, evidenciándose de la siguiente manera:

Tabla 1

Culturas relacionadas con las dimensiones de Cameron y Quinn

Dimensión	Tipos de cultura			
	Clan	Adhocracia	Jerarquía	Mercado
Características dominantes	Entorno individual y familiar.	Atractivo e innovador.	Jerarquizada, controlada y estructurada.	Logro de objetivos.
Liderazgo organizacional	Líder, consejero y figura paternal.	Decidido, innovador y asume riesgos.	Planificador, organizador y eficiente.	Líder competente y agresivo.
Gestión de empleados	Trabajo grupal, acuerdos y apoyo.	Dinámicas grupales y trabajo con libertad.	Seguridad laboral y estabilidad.	Competencia agresiva y logro de propósitos.
Cohesión organizacional	Fidelidad y confianza constante.	Innovación y cambios continuos.	Obedecen las normativas o acuerdos jerárquicos.	Espíritu triunfador en el logro de metas.
Énfasis estratégicos	Desarrollo humano y libertad en la opinión.	Agilidad para enfrentar desafíos.	Estabilidad laboral y flexibilidad.	Hechos competitivos y superación a los rivales.
Criterios del éxito	Progreso humano e intereses comunes.	Creación de nuevos productos y servicios.	Eficiencia, programas y reducción de costos.	Acceso y dominio del mercado.

Nota. Esta tabla muestra la relación de los tipos de cultura en las organizaciones con las dimensiones de estudio. Tomado de Análisis y Fortalecimiento de la Cultura Organizacional en una Institución de Educación Superior de la Ciudad de Cali, (p.38), por Díaz y Duque, 2019, *Revista De Economía & Administración*, 14 (2).

D. El modelo de Denison

Para Denison et al. (2012, como se citó en Valle et al. 2022) la cultura organizacional modifica las conductas de todos los miembros de una empresa, de manera decisiva es convertido en un componente diferenciador, por ser característico para cada organización en particular. De igual forma, este modelo relaciona la cultura organizacional con la medición del desempeño, así como también reconoce las peculiaridades culturales, las posturas y las creencias de los miembros en diversas situaciones o dificultades que atraviesa cualquier tipo de entidad. Este modelo está conformado por cuatro subvariables que demuestran la eficacia empresarial:

1. **Involucramiento:** es definido como el empoderamiento que tienen los individuos, considerando su crecimiento personal en medio de los grupos de trabajo y sus capacidades humanas en todos los entornos de la organización. Esta dimensión se compone del empoderamiento, la orientación a los grupos y el desarrollo de talentos (Velasco, 2015).
2. **Consistencia:** el comportamiento de los colaboradores logra sostenerse con un grupo de valores predominantes; donde los trabajadores cuentan con las competencias necesarias para generar acuerdos, las operaciones están bien direccionadas e integradas y se tienen delimitado mecanismos para realizar un trabajo conjunto (Velasco, 2015).
3. **Adaptabilidad:** es la capacidad de la empresa para confrontar las nuevas circunstancias o contextos, debido a los cambios del ambiente empresarial y las peticiones de los clientes, manteniendo su personalidad durante estos eventos. Esta característica puede ser verificable mediante la disposición al cambio, las perspectivas de los clientes y la experiencia organizacional (Velasco, 2015).
4. **Misión:** establece los propósitos o fines medibles de la organización, es decir su dirección y los medios para lograrlos, se manifiesta también por medio de la visión, que es lo que la entidad quiere convertirse o ser en un determinado momento (Velasco, 2015).

Figura 3

Modelo de rasgos de la cultura organizacional de Denison

Orientación externa	Adaptabilidad	Misión
Integración interna	Implicación	Consistencia
	Cambio y flexibilidad	Estabilidad y dirección

Nota. La figura muestra las cuatro subvariables que componen el modelo de rasgos de la cultura organizacional. Tomado de Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional (p.44), por Quiroz et al., 2020, Editorial Universidad Católica de Colombia.

2.2.6. Características culturales en la organización

Según Chiavenato (2009) la cultura en las organizaciones representa el aprendizaje de los grupos de personas para relacionarse y resolver desafíos del entorno. Es una compleja unión de suposiciones, conductas, historias, tradiciones, imágenes y otras ideologías que reflejan el funcionamiento específico de cada empresa. Asimismo, Luthans (2011) manifiesta la existencia de una serie de cualidades o atributos indispensables en la cultura de las empresas, siendo las más reconocidas las siguientes:

- **Regularidad de los comportamientos observados:** Se basa en las relaciones y adecuada comunicación entre los integrantes con un lenguaje común, expresiones adecuadas y costumbres relacionadas a los comportamientos y discrepancias.
- **Normativas:** Se refiere a los patrones de conducta, reglas laborales, normativas y directrices sobre la forma de realizar las cosas.
- **Valores imperantes:** Son las convicciones fundamentales que sostienen a la empresa y que espera que todos los trabajadores lo

compartan, como asegurar la calidad de los productos o servicios, mínimos niveles de ausencia y elevada productividad.

- **Filosofía:** Se manifiesta en las políticas referidas a las opiniones o pensamientos sobre el trato con los colaboradores internos (empleados) y externos (clientes).
- **Reglas:** Son guías que determinan el comportamiento interno dentro de las sociedades, por lo que los recientes miembros deben entenderlas para ser aceptados en los equipos.
- **Clima de la organización:** Es la percepción que se tiene sobre la entidad, es decir la manera en que interaccionan los individuos, la atención a los usuarios y proveedores, entre otros.

2.2.7. Crear y sostener una cultura

Robbins y Judge (2009) determinan que, para la creación de una cultura empresarial, en primer lugar, los administrativos sólo contratan y preservan a los trabajadores que opinan y sienten de la misma forma que ellos. En segundo lugar, establecen relaciones sociales y adoctrinan a sus colaboradores según su manera de opinar y sentir. En último lugar, la conducta de los gerentes es considerada un modelo que promueve la identificación de los empleados con ellos y así incorporar sus ideas, valores y preocupaciones. Cuando la empresa alcanza el éxito, la visión de la gerencia se convierte en el elemento clave de dicho logro, por lo que la identidad de los administrativos queda impregnada en la cultura de la entidad. Por otra parte, para sostener la cultura, existen fases como los procedimientos de selección, pautas de medición del desempeño, programas de capacitación y mecanismos para asegurar que los contratados se adapten a la cultura, ya sea recompensando a quienes ayudan o castigando a quienes la desafían. Por tanto, existen tres fuerzas que deciden parcialmente la importancia de una cultura:

1. **Selección:** Este proceso brinda datos relevantes a los candidatos sobre las plazas de trabajo en la organización. Estas personas aprenden todo

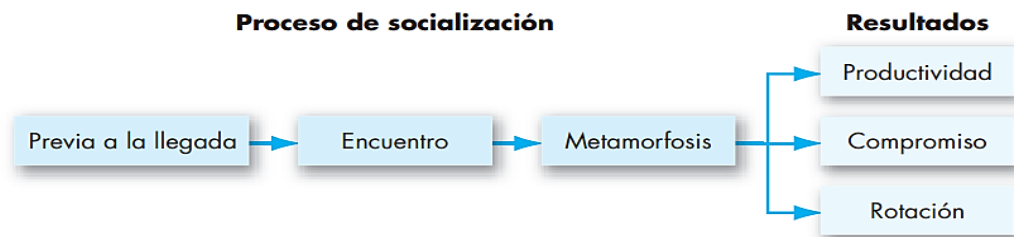
lo relacionado con la empresa, y si detectan diferencias entre sus valores personales y corporativos, son descartados de los demás candidatos. Por lo tanto, la selección presenta enfoques diferentes, permitiendo al jefe y al solicitante disolver lo pactado en caso de desacuerdos. De esta forma, este proceso sostiene la cultura de una entidad por medio del retiro de aquellas personas que contradicen sus valores centrales.

2. **Dirección:** A través de las expresiones y el comportamiento, los gerentes definen normas que se aplican a toda la organización como: asumir riesgos; el grado de libertad que dan los gerentes a los trabajadores, vestuarios adecuados para el ambiente laboral, acciones que ameriten beneficios como los incrementos de salarios, ascensos laborales y otras recompensas.
3. **Socialización:** Es la etapa más decisiva, debido a que es el momento de ingresar al centro laboral. Aquí es cuando la empresa quiere adaptar su cultura a los nuevos empleados. Los colaboradores internos que no entiendan las conductas importantes, se exponen a ser catalogados como rebeldes, lo que, en la mayoría de los casos, conlleva a su despido o exclusión. Sin embargo, la entidad socializa a sus miembros, aunque no tan abiertamente, durante toda su permanencia, colaborando con la sostenibilidad cultural. Por tanto, la socialización cuenta con 3 fases que afectan la productividad de los nuevos subordinados, el compromiso con los fines organizacionales y en la decisión periódica de continuar laborando con la empresa, detallándose de la siguiente manera:
 - a. **Etapa previa a la llegada:** Es la etapa de adiestramiento durante el proceso de socialización, ocurriendo antes de que los nuevos trabajadores se incorporen a la entidad.
 - b. **Etapa de encuentro:** Esta etapa del proceso de socialización consiste en la concepción de los nuevos colaboradores sobre la personalidad de la compañía, enfrentándose a los supuestos de que sus aspiraciones y la realidad son incompatibles.

- c. **Etapa de metamorfosis:** Es la etapa del proceso de socialización donde los nuevos empleados cambian y se acostumbran al trabajo grupal en la organización.

Figura 4

Proceso de socialización



Nota. La figura muestra las tres etapas del proceso de socialización de los colaboradores en las diferentes organizaciones. Tomado de Comportamiento Organizacional (p.562), por Robbins y Judge, 2009, Pearson Educación S. A.

2.2.8. La cultura organizacional y sus cambios

Según Robbins y Judge (2009) en casos extremos, es muy complicado cambiar la cultura de una empresa, aunque sí pueden existir variaciones en los elementos culturales. Los estudios sugieren que habrá una reestructuración total de la cultura si prevalecen todas o la mayoría de las siguientes situaciones:

- **Crisis con dramas:** Es una controversia que profundiza la posición actual y plantea la interrogante sobre la importancia de la cultura desarrollada. Algunos ejemplos son retiros financieros inesperados, falta de clientes y la incorporación de tecnología moderna en las instalaciones de los competidores.
- **Rotación en el liderazgo:** Un nuevo liderazgo en la gestión, refleja un nuevo grupo innovador de valores, distinguiéndose por ser más capacitado para enfrentar y resolver las adversidades del negocio.
- **Organizaciones recientes y pequeñas:** Si la organización tiene pocos años en marcha, entonces es probable que los miembros no tengan mucha simpatía con la cultura.

- **Cultura debilitada:** Entre más dispersa está una cultura y más notable sean los intereses comunes de los colaboradores en su trabajo, será muy complejo realizar cambios. Al contrario, las culturas frágiles son más propensas al cambio que las fortalecidas.

De la misma manera, los autores manifiestan que, en caso de anticiparse gran parte de estas circunstancias, las acciones de la administración deben enfocarse en producir un cambio como incorporando nuevas crónicas y ceremonias, elección y mejoras laborales con las nuevas virtudes implementadas, reestructurar los mecanismos para otorgar premios con la finalidad de defender las nuevas ideologías, y minimizar las subculturas establecidas a través de traslados, rotación de lugares de trabajos y despidos.

2.2.9. Calidad

Es una terminología que abarca la satisfacción de una necesidad por medio de un producto o una experiencia, solucionando problemas o brindando valor agregado para alguien. Los bienes tangibles pueden ser contrastados entre sí para observar su cercanía a lo considerado como ideal o aceptado, pero al enfocarse en el servicio y de las diferentes concepciones de los usuarios, la calidad no se inclina a lo común, sino a superar las perspectivas que cada cliente tenga de lo recibido por la organización (Tigani, 2006).

Del mismo modo, la calidad se refiere al conjunto de atributos de un bien o servicio que tiene la capacidad de satisfacer necesidades evidentes y sobreentendidas de los consumidores. El concepto de calidad abarca varias dimensiones, en el sentido de que las necesidades de los clientes son complejas, pues incluyen aspectos como habilidades para el uso, el diseño, la seguridad, la fiabilidad o el respeto al entorno ambiental (Atencio y González, 2007).

Según Álvarez (2006, como se citó en Solórzano, 2007) la calidad representa un procedimiento de mejora continua, en el cual todos los departamentos de una organización deben de satisfacer las

necesidades de sus clientes o anticiparse a ellas, participando colaborativamente en el crecimiento de los productos o la prestación de servicios.

2.2.10. Servicio

Es cualquier trabajo hecho por un individuo para brindar un beneficio a otro. Este concepto establece que las personas dependientes de un trabajo, son los clientes sin importar si están de éste o en otro lado de la ventanilla, donde se busca el fortalecimiento de su percepción sobre el personal interno y de los individuos involucrados directamente (Tigani, 2006).

La prestación de un servicio compone un proceso con etapas bastantes complejas para la entidad, iniciando en las entradas, llevándose a cabo en un plazo de tiempo por medio de la ejecución de una cantidad de actividades y culminando con la entrega de los resultados a los usuarios. El servicio que se presta puede ser impecable, sin producto, o básicamente un producto (Atencio y González, 2007).

Para Bon (2008, como se citó en Solórzano, 2013), el servicio es un canal para ofrecer valor, proporcionando resultados deseados a los clientes sin responsabilidad alguna sobre los costos o riesgos determinados.

2.2.11. Calidad del servicio

Según Zeithaml et al. (1988, como se citó en Ganga et al., 2019) la calidad en el servicio es el criterio genérico del cliente sobre la excelencia o el prestigio de la demanda, surgiendo del contraste de sus perspectivas previas y sus conocimientos sobre el desempeño del servicio ofrecido. Además, en caso de no contar con pautas o normativas establecidas al momento de evaluar la calidad del servicio, es imprescindible un dictamen sobre este, mediante el análisis de las percepciones de los usuarios con relación al servicio brindado.

La calidad de los servicios es la percepción del cliente acerca de la retribución entre las actividades desarrolladas en el trabajo y sus aspiraciones, relacionados con elementos complementarios, cuantitativos y cualitativos sobre un bien o servicio. Además, es responsabilidad total de la empresa desde los gerentes, personal de apoyo, técnicos, analistas, asesores y todo lo relacionado con los clientes, asegurar la disponibilidad y evitar riesgos laborales del potencial humano en el área de producción. Asimismo, se debe enseñar a los trabajadores que todos los clientes evalúan y lo hacen de modo constante, por lo que la calidad garantizada no separa sus elementos, sino que son juzgados de manera conjunta, prevaleciendo su impacto y no el éxito referente de una u otra acción en especial (Atencio y González, 2007).

Para Pizzo (2013, como se citó en Solórzano, 2013) es una costumbre desarrollada y practicado por una determinada organización para analizar las necesidades o perspectivas de sus clientes potenciales y ofrecerles un servicio asequible, adecuado, rápido, flexible, importante, provechoso, preciso, seguro y verídico, a pesar de que existan o manifiesten situaciones inesperadas o incontrolables, de tal forma los usuarios se sientan entendidos, servidos y asombrados por el valor brindado, generando mayores recaudaciones, reconocimiento y estabilidad para la empresa.

2.2.12. Propósitos de Calidad del servicio

Para el mejoramiento y desarrollo de la calidad del servicio, todas las empresas deben tomar la decisión de modernizar su cultura conforme lo requiera su contexto, poniendo en primer lugar las necesidades de los consumidores que los requerimientos de la misma organización (Solórzano, 2013).

Según (Álvarez et al., 2006) las metas de una compañía deben evolucionar conforme se establezca en el mercado durante un periodo dado, estableciendo nuevos propósitos que no se habían trazado

anteriormente como el cumplimiento de las aspiraciones de los clientes y creación de nuevas necesidades, disminución de las deficiencias durante la producción, ofrecimiento de respuestas en el menor tiempo y búsqueda permanente de la excelencia.

2.2.13. Modelos teóricos de Calidad del servicio

A. Escuela nórdica: Modelo de la imagen

Para Duque (2005) este modelo, también denominado como modelo de la imagen, fue elaborado por Grönroos durante los años 1988 – 1994, centrándose en la calidad de la imagen organizacional. Asimismo, plantea que la calidad percibida por los usuarios es la adhesión de la calidad técnica y la calidad funcional, y estas se vinculan con la imagen corporativa, siendo fundamental para medir la calidad percibida.

Una buena valoración de la calidad percibida se obtiene cuando la calidad experimentada satisface las expectativas o exigencias del mercado. De igual forma, el aumento de expectativas ocasiona dificultades en el proceso de evaluación de la calidad. Por otra parte, las aspiraciones poco realistas de los usuarios comparadas con la calidad experimentada buena pueden provocar una calidad total percibida baja. Las perspectivas o calidad prometida, según Grönroos, son un conjunto de factores como la comunicación de marketing, sugerencias, imagen organizacional o local y las necesidades de los usuarios (Duque, 2005).

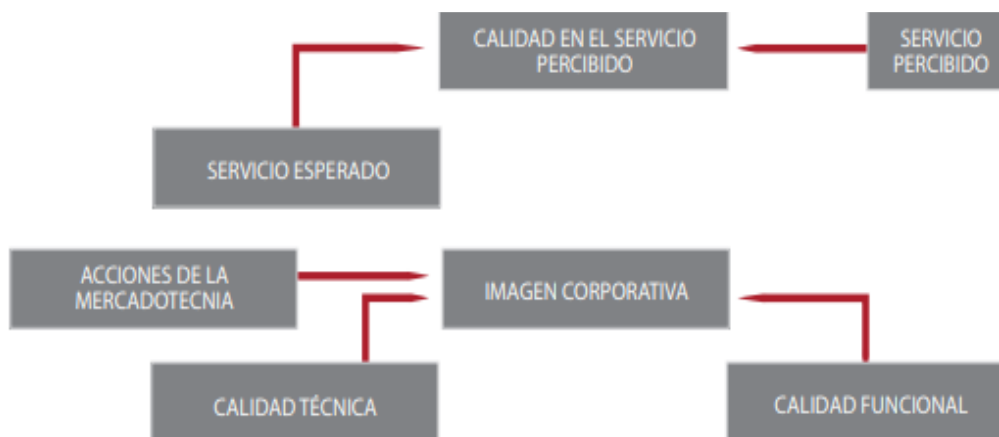
Según Grönroos (1994, como se citó en Duque, 2005), la experiencia de calidad se sostiene en la imagen corporativa y a su vez por la calidad técnica y calidad funcional:

- ✓ **La calidad técnica:** se encarga de brindar un servicio técnicamente correcto y que ofrezca un resultado apropiado para los clientes. Se preocupa por elementos tangibles, materiales y el interior de la organización. La calidad técnica es el “qué”, encargándose de lo que reciben los clientes.

- ✓ **La calidad funcional:** se encarga de la manera en que los usuarios son tratados por la organización durante los procesos operativos del servicio. La calidad funcional es el “cómo”, es decir cómo los consumidores reciben los servicios.

Figura 5

Modelo de la imagen o nórdico



Nota. La figura muestra el modelo teórico nórdico de la calidad del servicio. Tomado de Análisis teórico de los modelos sobre la calidad en el servicio percibido (p.83), por Monroy, 2015, *Ciencias desde el Occidente*, 2 (1).

B. El modelo de los tres componentes

Rust y Oliver (1994, como se citó en Duque, 2005) presentaron una conceptualización no probada, pero fundamentada en lo planteado por Grönroos. Su respaldo o sustento está en las evidencias encontradas por diversas investigaciones en 1994 en el sector bancario y en el sector sanitario. Por otro lado, Duque (2005) afirma que este modelo está compuesto por tres elementos: el servicio y sus características, el proceso de envío del servicio o entrega y el ambiente que rodea el servicio, siendo expuesto inicialmente en bienes físicos. A continuación, se detallan:

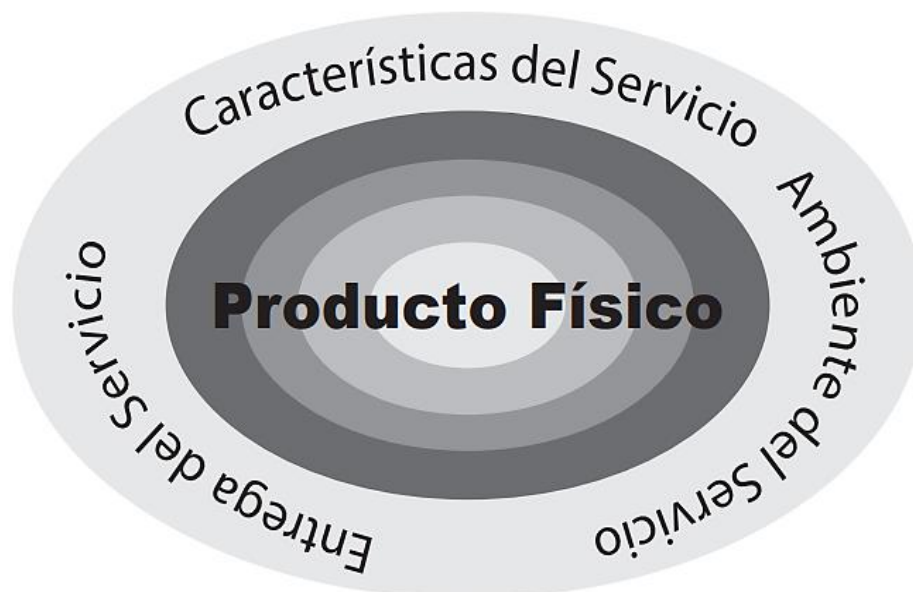
- **El servicio y sus características:** para Rust y Oliver (1994, como se citó en Duque, 2005) el servicio y sus características se enfocan al diseño antes de entregarlo al usuario, incluyendo sus características específicas. Los elementos se determinan según las expectativas del

mercado o público objetivo. Dichas expectativas pueden estar relacionadas a puntos de referencia (benchmarks) como estándares de comparación, sin depender de que la empresa cumpla o no con los parámetros ofrecidos. La clave es establecer las características relevantes o especificaciones a brindar.

- **Proceso de envío del servicio o entrega:** según Solomon et al. (1985, como se citó en Duque, 2007) durante el proceso de envío del servicio, existe una asociación entre el proceso de distribución y la manera en que se entrega el producto o servicio final.
- **Ambiente del servicio:** para Rust y Oliver (1994, como se citó en Monroy, 2015) el ambiente del servicio está distribuido en dos perspectivas, siendo la interna y la externa. El ambiente interno se centra en la cultura de las organizaciones y en la filosofía de la eliminación, mientras el externo se enfoca en el entorno físico de la prestación del servicio, considerando tecnología, infraestructura e imagen del servicio.

Figura 6

Modelo de los tres componentes



Nota. La figura muestra los tres componentes de la calidad del servicio. Tomado de Análisis teórico de los modelos sobre la calidad en el servicio percibido (p.84), por Monroy, 2015, *Ciencias desde el Occidente*, 2 (1).

C. Escuela americana: Modelo SERVQUAL

Según Camisón et al. (2006), el modelo SERVQUAL (Calidad de servicio) se debe a las constantes investigaciones de los autores Zeithaml, Berry y Parasuraman (1990), quienes centraron su trabajo en investigar la apreciación del servicio con calidad en un determinado momento, los elementos que lo conforman y cuestiones a considerar en los instrumentos de medición de la calidad del servicio.

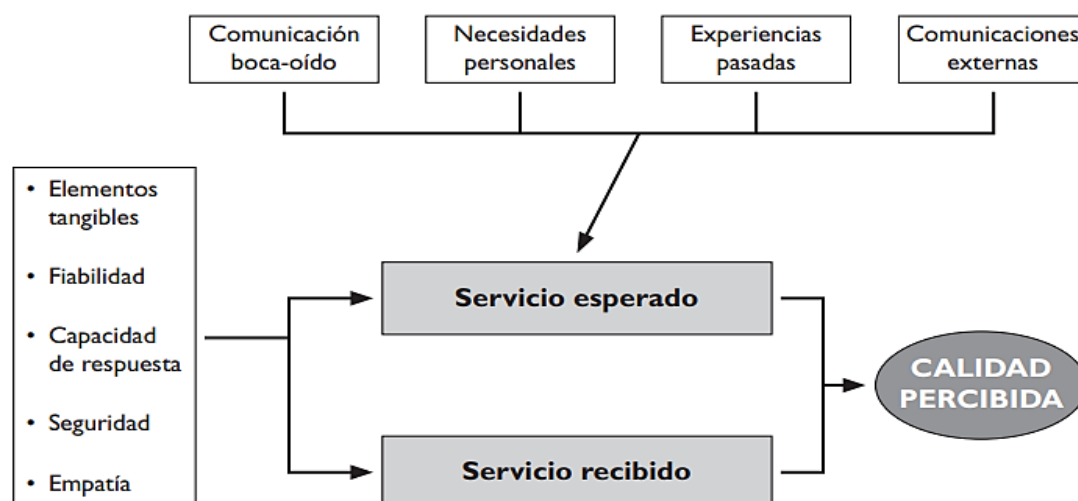
Por consiguiente, los resultados de sus estudios respondieron a la primera interrogante, donde un servicio es de calidad cuando las perspectivas superan las expectativas de los clientes. Por tanto, para evaluar la calidad de servicio es fundamental considerar las aspiraciones y las percepciones reales. En este sentido, los gerentes deben ser hábiles en la gestión de dichas expectativas y de sus negocios, para una mejor comprensión y no crear suposiciones, que generen beneficios a corto plazo. Además, existen condicionantes que contribuyen en la gestión de las expectativas: comunicación boca-oído, necesidades personales, experiencias previas y comunicación externa.

El siguiente paso fue analizar y establecer las dimensiones de la calidad del servicio, concluyendo que son cinco: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Es necesario indicar, que su conceptualización se desarrollará en el marco conceptual, por ser importantes para la presente investigación.

Por último, los autores elaboraron un instrumento para medir la calidad denominado SERVQUAL, donde su concepto se presenta como el grado de ajuste entre las expectativas de servicio y la percepción final del resultado del servicio por el cliente. Por tanto, es necesario diferenciar las expectativas y las percepciones, realizando discrepancias a partir de los cinco componentes de la calidad.

Figura 7

Modelo SERVQUAL



Nota. La figura muestra las cinco dimensiones que componen el modelo SERVQUAL de la calidad del servicio. Tomado de Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas (p.919), por Camisón et al., 2006, Pearson Educación, S. A.

2.2.14. Características de los servicios

Setó (2004, como se citó en Abarca, 2019) manifiesta que los servicios en general, sin depender del rubro o negocio de las compañías, en la mayoría de los casos, tiende a presentar cuatro características esenciales.

- **Intangibilidad:** Los servicios son acontecimientos o un conjunto de acciones, momentos o hechos abiertamente por individuos, sin embargo, no puede ser captados por los sentidos, pero si puede ser percibidos por medio de la satisfacción.
- **Inseparabilidad:** Los servicios al ser acciones, no pueden desvincularse de la entidad que se encarga de elaborarlas, usualmente al ser producidos son adquiridos por los clientes y no se alejan estas características propias operativas.
- **Caducidad:** Los servicios al ser producidos por los trabajadores de la empresa, no se pueden extinguir y almacenar. Las personas cuentan con las aptitudes y competencias para brindar diversos servicios, por lo que el acto de servir es plenamente genuino de los individuos.

- **Variabilidad:** Los servicios son muy difíciles de estandarizar, por causa de las complicaciones y singularidades que presentan las diversas demandas o requerimientos de los compradores.

2.2.15. *Los trabajadores y la atención al cliente*

Según Solórzano (2013) en una empresa dirigida a clientes, se establecen cimientos para definir el negocio, para ofrecer sus servicios y satisfacer necesidades. De esta forma, los trabajadores responsables de su atención se convierten en un componente clave para conseguir esta meta. Los gerentes o directivos de las organizaciones deben impulsar y colaborar con sus empleados para que sostengan su atención en las necesidades del cliente, de esta manera adquieren mayor sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, y transmiten a los clientes el deseo de manifestar sus experiencias a otras personas y de regresar a la empresa.

El objetivo de estas empresas es ser el soporte de las dificultades que realizan los trabajadores para cumplir con la calidad de servicio ordenada. Además, para brindar una excelente atención, se requiere que los empleados practiquen habilidades técnicas vinculadas con su trabajo, como conocer los productos y servicios a la venta, el ambiente de trabajo, procesos, manejo de equipos tangibles y herramientas utilizadas. En las organizaciones orientadas al cliente, los empleados practican habilidades personales y técnicas, generando que la atención y el servicio sean un solo procedimiento. El cliente se siente satisfecho cuando encuentra calidad en sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios que conocen con detalle los colaboradores que los ofrecen; y las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece.

2.2.16. *Deficiencias en la calidad de servicio*

Zeithaml et al. (1985, como se citó en Camisón et al., 2006), desarrollaron un esquema conceptual que relaciona las deficiencias que captan los usuarios (deficiencias externas) con las deficiencias que

existen en la organización (deficiencias internas). Además, dichas discrepancias atentan contra las probabilidades de que los usuarios perciban con asertividad los servicios ofrecidos, permitiendo su comprensión, medición y mejora permanente, de tal manera se sientan satisfechos e identificados con la calidad recibida.

En ese sentido, la falta de calidad de servicio se atribuye a cinco deficiencias que se resumen así:

- ✓ **Deficiencia 1:** Divergencias entre las expectativas de los clientes y las perspectivas de los directivos, provocados por la falta de investigación, carencia de comunicación y demasiada jerarquía.
- ✓ **Deficiencia 2:** Discrepancia entre las perspectivas de los administradores y los reglamentos sobre la calidad, ocasionado por el bajo compromiso de la dirección, inexistentes estándares para desarrollar los trabajos operativos, etc.
- ✓ **Deficiencia 3:** Divergencias entre las condiciones técnicas de la calidad y la prestación del servicio, producidos por la falta de sentido de los miembros de grupos de trabajo, desorganización entre los componentes de la empresa y, sobre todo, la carencia de supervisión hacia los colaboradores en el proceso productivo o en la atención al cliente.
- ✓ **Deficiencia 4:** Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa, originados por los problemas en la comunicación descendente entre todas las áreas de la entidad y la predisposición de prometer demasiado a los usuarios.
- ✓ **Deficiencia 5:** Discrepancia entre el servicio esperado y el servicio percibido desde el análisis del cliente, debido a la existencia de las deficiencias mencionadas anteriormente.

2.2.17. *Reseña histórica de la empresa*

Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. (Sociedad Anónima Cerrada) es una organización privada peruana cañetana que nace debido a las necesidades de todas las personas dedicadas a la agricultura y sociedades industriales para facilitar sus actividades productivas y optimizar el tiempo. La organización cuenta con un buen

tiempo en el mercado metalmecánico, con experiencia en la fabricación y servicios de maquinarias agroindustriales para el territorio peruano con precios accesibles. De la misma manera, se preocupa por el desarrollo, preparación de implementos y maquinarias. Cuenta con un gran equipo laboral y herramientas para la fabricación, reparación de repuestos y otros que se ofrecen al público. El compromiso con los usuarios, es brindar alternativas de solución adecuadas y ventajosas, siendo una de las características sobresalientes de la marca (FSI, 2022). Por otra parte, es necesario señalar y describir algunos elementos culturales de la empresa en estudio:

- **Actividades económicas**

- ✓ **Fabricación:** Una de sus actividades económicas es la fabricación de piezas metalmecánicas para los sectores agroindustriales, mineros, textiles, pesqueros, alimentarios, de construcción y de transporte. Además, diseña y transforma componentes especiales por medio de procesos mecanizados.
- ✓ **Servicios:** Mantenimiento preventivo y correctivo de maquinarias e implementos agrícolas, le proponemos nuestro servicio de reparación y mantenimiento (reconstrucción o restauración) de máquinas agrícolas.

- **Visión**

Ser reconocidos como una organización capaz y líder en el mercado metalmecánico dirigido a la agroindustria. Empresa con presencia considerada y segura, desarrollando tácticas para alcanzar el progreso empresarial por medio de los clientes y promoviendo el progreso del país.

- **Misión**

Fabricar y ofrecer los mejores servicios con herramientas agrícolas de calidad, para conseguir la confiabilidad en los clientes y reconocimiento de la marca; así como también el desarrollo de los grupos de trabajo.

- **Valores**

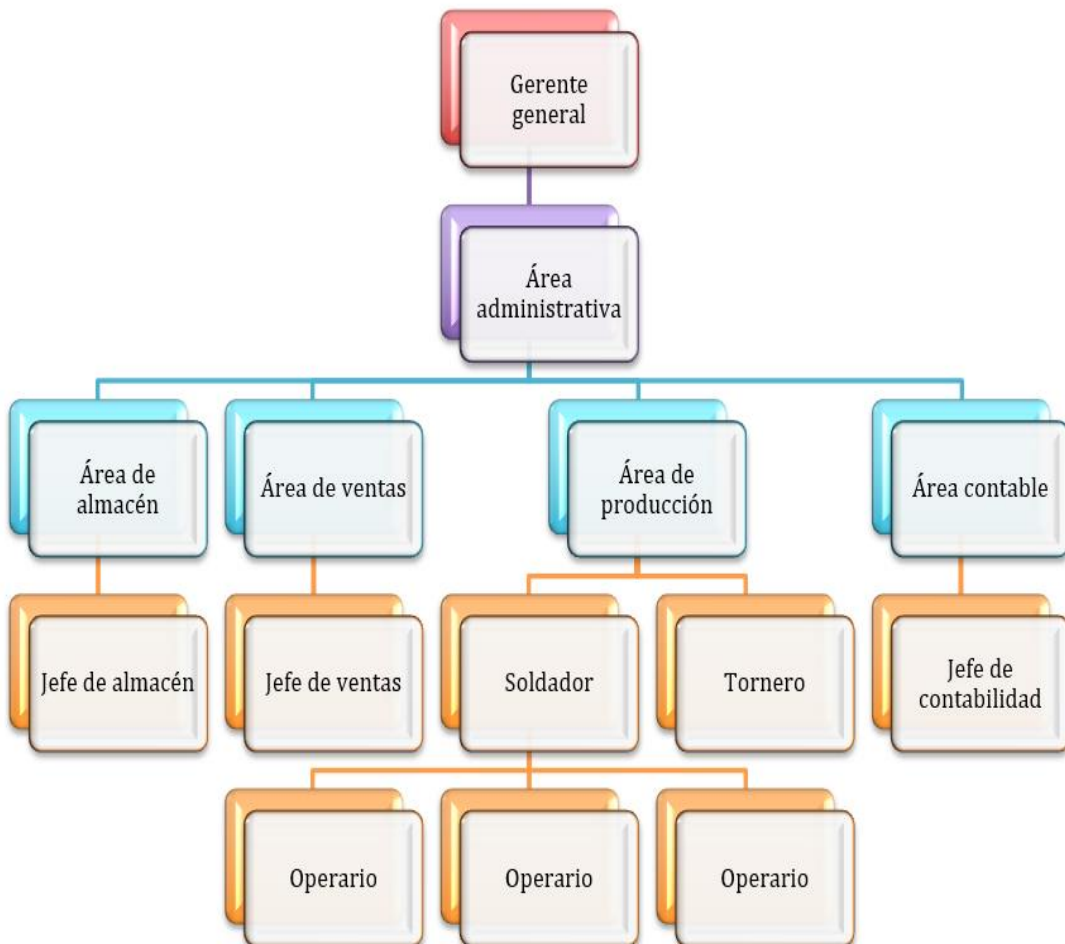
- ✓ **Experiencia:** Amplia experiencia y especialización en la fabricación, servicios y desarrollo de implementos agrícolas.
- ✓ **Profesionalidad:** Contamos con colaboradores responsables, expertos y profesionales con el crecimiento del sector agrícola.
- ✓ **Calidad:** Desarrollamos, renovamos y producimos: piezas, implementos y maquinarias.

- **Estructura organizacional**

La empresa se encuentra estructurada jerárquicamente, sin la debida implementación en las áreas de trabajo, generando una coordinación limitada con todos los trabajadores y usuarios, cumpliendo en cierto modo con lo establecido.

Figura 8

Organigrama de FSI S.A.C.



2.3. Marco conceptual

2.3.1. Dimensiones de Cultura organizacional

Cameron y Quinn (2006) tomando como referencia la tipología cultural incluido en el Modelo de Valores en competencia, desarrollaron un instrumento de evaluación de la cultura en las empresas (OCAI), donde establecieron 6 dimensiones para estudiar a las organizaciones en todos sus ámbitos. Por consiguiente, en esta investigación se tomará en cuenta y adaptará dichas dimensiones, conceptualizándose de la siguiente manera:

- **Características dominantes:**

Son las cualidades propias de una empresa y su forma de ser con los empleados, siendo su personalidad (Cameron y Quinn, 2006).

- **Liderazgo organizacional:**

Es el liderazgo que busca que los trabajadores participen constantemente y logren los objetivos conjuntamente (Cameron y Quinn, 2006).

- **Gestión de empleados:**

Se refiere a la dirección eficaz y eficiente de los recursos humanos y sus interacciones con el entorno (Cameron y Quinn, 2006).

- **Cohesión organizacional:**

Son los medios usados para mantener unidos a los miembros de la empresa, cumpliendo las reglas y acuerdos (Cameron y Quinn, 2006).

- **Énfasis estratégicos:**

Se refiere a la alineación de las estrategias en determinadas áreas de interés de la organización (Cameron y Quinn, 2006).

- **Criterios de éxito:**

Son pautas determinadas por la empresa sobre la manera de alcanzar sus metas y conocer el desarrollo de todos sus trabajadores de forma colaborativa en todas las actividades operativas de la organización (Cameron y Quinn, 2006).

2.3.2. Dimensiones de Calidad del servicio

Zeithaml et al. (1988, como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) en sus investigaciones encontraron que existe correlación muy alta entre los componentes de la calidad del servicio, por tanto, lo agruparon en cinco dimensiones, siendo usadas para crear el Modelo SERVQUAL, el cual mide la percepción de la calidad en el servicio por medio de un instrumento que busca medir las expectativas o percepciones de los usuarios, y luego contrastar los resultados. Por consiguiente, en esta investigación se tomará en cuenta y adaptará dichas dimensiones, conceptualizándose de la siguiente manera:

- **Confiabilidad**

Para Zeithaml et al. (1988, como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) es la disposición con la que cuenta la organización para ofrecer el servicio prometido con la mayor credibilidad y honestidad a los clientes.

- **Seguridad**

Según Zeithaml et al. (1988, como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) se refiere a la cortesía entre todos los trabajadores y su habilidad para establecer relaciones sociales, expresarse con seguridad, generar confianza y transmitir reputación a los clientes.

- **Tangibles**

Para Zeithaml et al. (1988, como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) son los elementos relacionados con las instalaciones físicas, equipos, colaboradores y herramientas de comunicación, siendo necesarias para desarrollar las actividades de la empresa.

- **Empatía**

Según Zeithaml et al. (1988, como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) se refiere al fácil acceso, comprensión y atención especial ofrecido a los usuarios.

- **Capacidad de respuesta**

Para Zeithaml et al. (1988, como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) es la decisión voluntaria de los miembros de ayudar, resolver las interrogantes de los clientes y brindar los servicios en el menor tiempo.

2.4. Definición de Términos básicos

2.4.1. *Indicadores de Cultura organizacional*

- **Entorno laboral saludable**

El ambiente o entorno laboral saludable se refiere a los lugares de trabajo donde las condiciones tienen como fin alcanzar el bienestar de todos sus colaboradores, comúnmente denominado un buen ambiente físico, además es necesario que existan excelentes relaciones con los demás trabajadores, los administradores o encargados, salud emocional, promoción del bienestar familiar y social por medio de la seguridad en los riesgos, estimulando su autoconfianza, el control de su salud personal y del entorno de trabajo. Todos estos elementos mencionados, se encuentran entrelazados activamente (Casas, 2006, como se citó en Urrego, 2016).

- **Control organizacional**

El control en las organizaciones se entiende como el ámbito administrativo que regula las actividades de la empresa para orientarlas al logro de sus objetivos. De esta manera, el control tiene por compromiso conservar la congruencia y la uniformidad de las operaciones en relación con sus aspiraciones o metas (Arango, 2007).

- **Capacidad para asumir riesgos**

Es la disposición que vincula el interés por alcanzar los propósitos y las habilidades para detectar los posibles escenarios que se puedan mostrar, tanto oportunas e inoportunas, buscando que los individuos pongan en ejercicio las diversas aptitudes y destrezas que le permitan determinar las probabilidades asociadas con expectativas de que ocurran dichos contextos, las posibles alternativas de solución a considerar, las oportunidades de prevenir las circunstancias que impidan alcanzar las metas o reduzcan sus repercusiones (Chec, 2015).

- **Dirección administrativa**

La dirección de la gerencia es la etapa más proactiva de todo el proceso administrativo, ya que interaccionan todos los colaboradores de un grupo de trabajo y el jefe se encarga de la conducción de las

actividades del personal conforme a un proyecto instaurado, por lo que comprender esta terminología y sus competencias es esencial para desarrollar las otras etapas administrativas (Vallecillo et al. ,2020).

- **Estabilidad laboral**

La estabilidad en el ámbito del trabajo se refiere al derecho de los empleados de permanecer en sus puestos, reflejado en los contratos establecidos con los gerentes de la empresa, garantizando su desarrollo y operatividad por un largo periodo de tiempo, con excepción de la existencia de razones concretas o justificadas legalmente para despedirlos (Nieto, 2018).

- **Competitividad del talento humano**

La competitividad del recurso humano se entiende como aquellas habilidades diferenciadas que tienen cada uno de los empleadores y subordinados, para desarrollar las funciones de su trabajo del mejor modo probable. Adicionalmente, hace mención que el recurso humano debe mantenerse en continuo aprendizaje y aumentar su desempeño por medio de sus aportaciones significativas para la empresa. El reto central para el responsable del talento de los empleados es conseguir la satisfacción de manera conjunta, dirigiéndolos para aumentar el grado de rendimiento laboral (Pérez, 2019).

- **Normas y reglamentos**

Son las políticas de una empresa, las cuales proporcionan las directrices sobre la manera de realizar las cosas, las cláusulas para establecer comunicación o relaciones sociales y permitir la ejecución de funciones designadas en distintos niveles (Llanos, 2018).

- **Logros de objetivos organizacionales**

Los objetivos organizacionales son los medios que permiten la ejecución de las actividades, reducir los tiempos en los procesos, detallar los recursos utilizados y destrezas con la finalidad de cumplirlos o tomar decisiones, siendo necesario que sean alcanzables para reducir los desaciertos y guiar a todos los trabajadores hacia una meta conforme a lo establecido por la empresa (Veliz, 2017).

- **Agilidad organizativa**

Es la capacidad para buscar una constante adaptabilidad de la empresa, no solo mediante la respuesta inmediata a los cambios del entorno, sino también por las capacidades de accionar anticipadamente y sacando las mayores ventajas de las oportunidades facilitadas por los cambios, particularmente de la anticipación, originalidad y formación laboral (Charbonnier, 2011, como se citó en Felipe, 2020).

- **Eficiencia organizacional**

Es un término usado regularmente para denotar que una empresa aprovecha sus recursos o bienes de manera productiva o beneficiosa. Cuanto más elevado sea el nivel de ahorro o productividad en el empleo de los bienes materiales, mayor será la eficiencia de la organización. En la mayoría de los casos, eso implica reducir la cantidad de recursos para manufacturar considerablemente (Amaru, 2009).

- **Exclusividad de servicios**

La exclusividad de servicios se presenta como una situación preferente o particular en la que una organización brinda un producto o servicio a un usuario o grupo de usuarios en el transcurso de un periodo determinado. Lo anterior, implica que los potenciales clientes sean excepcionales en el acceso a ciertos productos y servicios elaborados, convirtiéndose en una ventaja competitiva. Dicha ventaja posibilita la obtención de una calidad superior de los bienes y servicios con precios diferenciados (Jobatus, 2023).

- **Presencia de la marca**

La presencia de marca es entendida como el nivel en que los usuarios tienen presente y distinguen a la empresa por sobre la competencia. A medida que aumenta la presencia de la marca, se interpreta que cuenta con una gran cantidad de clientes que se sienten identificados y familiarizados con la permanencia del negocio. Esto comprende los productos y servicios puestos a la venta o promocionados, los símbolos, los mensajes y otras manifestaciones culturales de la marca (Ortega, 2023).

2.4.2. Indicadores de Calidad del servicio

- **Resolución de problemas**

Según Bados y García (2014) la resolución de problemas consiste en la búsqueda racional de una solución o varias alternativas utilizando tácticas que ayuden a confrontar el problema o la deficiencia detectada, para ello es necesario que los colaboradores cuenten con algunas habilidades básicas como definir el problema, generar propuestas de solución, tomar decisiones acertadas, aplicar la solución y comprobar su eficacia.

- **Control de documentos**

Por conceptualización, todos los documentos deben actualizarse constantemente, para ello es necesario contar con un medio para gestionarlos y mantenerlos actualizados. La práctica de control de la documentación provee los formatos, el mantenimiento, las garantías del uso de documentos recientes; su disponibilidad y facilita su utilización cuando sea necesario, sobre todo evitando los posibles errores (OMS, 2016).

- **Empleados confiables**

Según Nationwide (2022), resulta importante buscar empleados en los que puedas confiar o contar para llegar en el momento exacto y terminar las actividades programadas. Los empleados que brindan confianza asumen la responsabilidad de todos sus deberes y cumplen con los plazos establecidos. Además, muestran honradez al culminar las tareas y se presentan cuando los dirigentes no controlan o monitorean. Algo tan básico como llegar dos minutos atrasados a su entrevista podría ser una señal de que el individuo no será muy confiable.

- **Empleados bien formados**

Los individuos que conforman una organización son el elemento más valioso. La formación para los empleados es importante para el buen rumbo de cualquier empresa y genera un beneficio mutuo, por eso

es clave la motivación y los incentivos al equipo humano. Una de las formas de hacerlo es por medio de la capacitación de los trabajadores, para mantener un óptimo clima laboral y para elevar la excelencia y competitividad empresarial (Echevarria, 2021).

- **Equipamiento moderno**

Para Ontime (s.f.), el equipamiento moderno consiste en la disposición y asignación de infraestructura de instalaciones adecuadas, de acuerdo a los periodos o tiempos. Además, permitirá el trabajo en mejores condiciones y no ocasionará impedimentos durante el rendimiento. Sin embargo, por un lado, puede ser una amenaza si la infraestructura de trabajo se encuentra en obsolescencia (como los equipos informáticos) y resulta una oportunidad que se debe de aprovechar cuando se tiene disponible la infraestructura y los equipos adecuados dentro de la organización.

- **Pulcritud**

La pulcritud hace referencia directa a la personalidad de cada persona y no se enfoca exclusivamente en el ámbito laboral ni de vestirnos elegantes para ciertos contextos, sino de un conjunto de características que tienen que estar presentes e impregnadas de forma atemporal o en ciertas ocasiones (Resendiz, 2022).

- **Atención personalizada**

Para Díaz et al. (2021) un servicio con atención personalizada considera los gustos, preferencias y necesidades exclusivos para cada cliente. Por ejemplo, cuando se elabora un bien o servicio tomando en cuenta las necesidades y gustos de los usuarios.

- **Horario de trabajo**

Es la medida de la jornada de trabajo (periodo durante el cual el trabajador se encuentra a disposición de los empleadores), determinando con exactitud la hora de ingreso y la salida de cada día en el lugar de trabajo (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2012).

- **Comunicación efectiva**

La comunicación afectiva establece una función principal en las organizaciones, ya que transmite con más simplicidad y eficacia los puntos estratégicos, fortaleciendo la capacidad competitiva y contribuyendo a la buena imagen ante los usuarios internos y externos (Túnez y Costa, 2015, como se citó en Rodas, 2017).

- **Rapidez en la atención**

Este concepto está estrechamente relacionado con la rapidez con la que una compañía logra esclarecer las angustias o dudas de un cliente, tomando sus encargos, realizando la entrega del bien o brindando el servicio y resolviendo los inconvenientes que se puedan presentar (Díaz et al., 2021).

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis general*

Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

Existe una relación significativa entre las características dominantes y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Existe una relación significativa entre el liderazgo organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Existe una relación significativa entre la gestión de empleados y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Existe una relación significativa entre la cohesión organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Existe una relación significativa entre los énfasis estratégicos y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

Existe una relación significativa entre los criterios de éxito y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.

3.2. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de la variable Cultura Organizacional

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES/ ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	MÉTODO Y TÉCNICA
Variable 1: Cultura organizacional	La cultura organizacional es el espacio psicosocial donde se desarrollan actividades asociadas con la gestión de empresas. Asimismo, transmite la ideología imperante, el sentido de identidad en los empleados, brinda pautas para un mejor clima y estabilidad social (Cameron y Quinn, 2006).	La cultura organizacional implica un conjunto de rasgos y costumbres propias de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Por lo tanto, se medirá con dimensiones: características predominantes, liderazgo organizacional, gestión de empleados, cohesión organizacional, énfasis estratégicos y criterios de éxito.	1.1: Características dominantes 1.2: Liderazgo organizacional 1.3: Gestión de empleados 1.4: Cohesión organizacional 1.5: Énfasis estratégicos 1.6: Criterios de éxito	1.1.1: Entorno laboral saludable 1.1.2: Control organizacional 1.2.1: Capacidad para asumir riesgos 1.2.1: Dirección administrativa 1.3.1: Estabilidad laboral 1.3.2: Competitividad del talento humano 1.4.1. Normas y reglamentos 1.4.2. Logros de objetivos organizacionales 1.5.1: Agilidad organizativa 1.5.2: Eficiencia organizacional 1.6.1: Exclusividad de servicios 1.6.2: Presencia de la marca	1,2,3 4,5,6 7,8,9 10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20	Ordinal – Escala de Likert 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre	Método Hipotético – deductivo Técnica Encuesta

Tabla 3

Operacionalización de la variable Calidad del servicio

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES/ ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	MÉTODO Y TÉCNICA
Variable 2: Calidad del servicio	La calidad de servicio es el criterio genérico del cliente sobre la excelencia o el prestigio de la demanda, surgiendo del contraste de sus perspectivas previas y sus conocimientos sobre el desempeño del servicio ofrecido (Zeithaml et al., 1988, et al., 2019).	La calidad de servicio abarca expectativas y percepciones que conciben los colaboradores sobre el servicio recibido de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Por lo tanto, se medirá con 20 ítems a través de cinco dimensiones: confiabilidad, seguridad, seguridad, tangibles, empatía y capacidad de respuesta.	2.1: Confiabilidad 2.2: Seguridad 2.3: Tangibles 2.4: Empatía 2.5: Capacidad de respuesta	2.1.1: Resolución de problemas 2.1.2: Control de documentos 2.2.1: Empleados confiables 2.2.2: Empleados bien formados 2.3.1: Equipamiento moderno 2.3.2: Pulcritud 2.4.1: Atención personalizada 2.4.2: Horario de trabajo 2.5.1: Comunicación efectiva 2.5.2: Rapidez en la atención	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20	Ordinal – Escala de Likert 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre	Método Hipotético – deductivo Técnica Encuesta

IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

4.1. Diseño metodológico

4.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica, puesto que se orienta a conseguir un nuevo conocimiento sistemáticamente, con el único propósito de aumentar o profundizar el conocimiento de una realidad concreta (Alvarez, 2020).

Es un estudio descriptivo, porque se encarga de analizar cómo es y cómo se manifiesta el problema y sus elementos. Este tipo de investigación detalla el fenómeno en estudio, básicamente a través de la medición de una o más de sus características (Behar, 2008).

También, esta investigación es del tipo correlacional, puesto que tiene como objetivo mostrar la relación entre las variables de estudio. Examina las relaciones entre variables o sus resultados, pero no brinda explicaciones sobre sus causas o consecuencias. Su principal apoyo es el empleo de herramientas estadísticas (Bernal, 2010).

4.1.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, puesto que es un estudio donde no se está manipulando intencionalmente las variables, sólo se observan los acontecimientos en su ambiente natural para ser objeto de análisis (Hernández et al., 2014).

La investigación también tiene diseño transversal, porque se mide en un solo momento las variables y con esa información se realiza el análisis; se miden los atributos de uno o más grupos de unidades sin evaluar su propia evolución (Alvarez, 2020).

4.2. Método de investigación

La presente investigación se realizó bajo el método hipotético - deductivo, puesto que es el único método con el que se puede obtener información científica, aplicada a las ciencias formales. Este método desarrolla varios pasos que abarcan desde la observación del fenómeno que se va estudiar, seguidamente de la creación de una hipótesis para explicar el

fenómeno estudiado, luego se realiza deducciones de las consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis y, por último, se comprueba la veracidad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia (Cabezas et al., 2018).

En cuanto al enfoque, es de naturaleza cuantitativa, ya que usa la recolección de datos para demostrar la validez de las hipótesis con base en la medición con números y el análisis de datos estadísticos, con la finalidad de establecer patrones sobre el comportamiento de las variables y probar las teorías científicas (Hernández et al., 2014).

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

La población está conformada por 78 colaboradores (10 trabajadores y 68 clientes) de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Es una población finita, dado que se conoce el número total de la población representado por N (Bernal, 2010).

4.3.2. Muestra

Para calcular la muestra, se utilizó la fórmula estadística de muestreo probabilístico aleatorio estratificado, debido a que se determinó como estratos a las unidades de análisis (trabajadores y clientes) diferenciándose en algunos elementos durante el estudio (Tamara y Manterola, 2017). Asimismo, para Ríos (2017), este tipo de muestreo divide a la población en grupos semejantes internamente, pero con variantes entre sí, además es proporcional ya que las unidades del estrato de la muestra y de la población son correspondientes. Para determinar la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times P \times Q \times Z^2}{E^2 \times (N - 1) + P \times Q \times Z^2}$$

Dónde:

n=Tamaño de la muestra

N= 78 (Tamaño de la Población)

P=0.50 (probabilidad de éxito 50%)

Q=0.50 (probabilidad de fracaso 50%)

Z=1.96 (95% de nivel de confianza)

E=0.05 (Nivel de error 5%)

Reemplazando se ha obtenido una muestra de:

$$n = \frac{78 \times 0.50 \times 0.50 \times (1.96)^2}{(0.05)^2 \times (78 - 1) + 0.50 \times 0.50 \times (1.96)^2}$$
$$n = 65 \text{ colaboradores}$$

Luego de realizar el muestreo aleatorio, se procedió a determinar la muestra estratificada utilizando el factor de fijación proporcional:

$$f = \frac{n}{N}$$
$$f = \frac{65}{78} = 0.833$$

Tabla 4

Muestra estratificada

Población		Factor de fijación proporcional	Muestra seleccionada	Tamaño de la muestra
Trabajadores	10	0.833	(10 x 0.833) = 8.333	8
Clientes	68	0.833	(68 x 0.833) = 56.667	57
Total	78	0.833	(78 x 0.833) = 65	65

La muestra en su totalidad está compuesta por 65 colaboradores.

4.4. Lugar de estudio y periodo desarrollado

La investigación fue realizada en la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. ubicada en Jr. Augusto B Leguía Nro. 523, Imperial – Cañete.

El tiempo aproximado para el desarrollo del presente trabajo es de 12 meses, período comprendido de enero a junio del 2022, donde se planteó el proyecto de investigación. Posteriormente, desde julio a diciembre del 2022, se realizarán las mejoras, correcciones del proyecto, recolección y procesamiento de datos.

4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

4.5.1. Técnicas

La técnica utilizada para reunir los datos es la encuesta, siendo propia de un estudio de campo. Por lo general, las encuestas son utilizadas para indagar, averiguar opiniones, mediante preguntas organizadas en base a un proceso metódico como es la operacionalización de las variables. Al formular estas interrogantes sobre los fenómenos involucrados, permitirá que las respuestas tengan objetividad (Cabezas et al., 2018).

En la investigación se encuestó a los trabajadores y clientes de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. por medio de instrumentos compuestos por ítems estructurados y organizados para cada variable.

4.5.2. Instrumentos para la recolección de la información

Los instrumentos que se utilizaron en la investigación son los cuestionarios, conformados por afirmaciones respecto de las variables de medición (Hernández et al., 2014). En este caso, se elaboraron dos cuestionarios compuestos por veinte ítems para medir la variable Cultura Organizacional y veinte ítems para la variable Calidad del Servicio, siendo un total de cuarenta ítems en los instrumentos.

4.5.3. Confiabilidad de los instrumentos

- **Confiabilidad del instrumento de Cultura Organizacional**

Para comprobar la confiabilidad del instrumento de la variable Cultura organizacional, se realizó una prueba piloto con 10 personas. Seguidamente se halló el coeficiente Alpha de Cronbach, dando como resultado 0.973, tal como se evidencia. En cuanto a la encuesta, es preciso indicar que el cuestionario consta de 20 ítems. Efectuando el procesamiento de datos, se calculó dicho coeficiente, usado para medir la fiabilidad del instrumento.

Tabla 5*Prueba de confiabilidad de Cultura Organizacional*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,973	20

- **Confiabilidad del instrumento de Calidad del servicio**

Para comprobar la confiabilidad del instrumento de la variable Calidad del servicio, se realizó una prueba piloto con 10 personas. Seguidamente se halló el coeficiente Alpha de Cronbach, dando como resultado 0.990, tal como se evidencia. En cuanto a la encuesta, es preciso indicar que el cuestionario consta de 20 ítems. Efectuando el procesamiento de datos, se calculó dicho coeficiente, usado para medir la fiabilidad del instrumento.

Tabla 6*Prueba de confiabilidad de Calidad del servicio*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,990	20

Para identificar el nivel de confianza, nos apoyamos en la tabla planteada por Arévalo y Padilla (2016), citado en Tuapanta et al. (2017).

Tabla 7*Niveles de fiabilidad según el Alfa de Cronbach*

Índice	Nivel de fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente]0.9, 1]
2	Muy bueno]0.7, 0.9]
3	Bueno]0.5, 0.7]
4	Regular]0.3, 0.5]
5	Deficiente	[0, 0.3]

Nota. Esta tabla muestra los niveles de confiabilidad y valores del Alfa de Cronbach para los instrumentos de investigación científica. Tomado de Alfa de Cronbach para validar un instrumento de uso de TIC en docentes universitarios, (p.41), por Tuapanta et al., 2017, *MktDescubre*, 1 (10).

Por consiguiente, el valor del Alfa de Cronbach calculado en los instrumentos, supera al mínimo aceptable y, por ende, los instrumentos tienen un excelente grado de confiabilidad para aplicarlos a la muestra de estudio.

4.5.4. Validez de los instrumentos

En la investigación se aplicó la validez por contenido, debido a que se tomaron en cuenta las dimensiones y se determinaron los indicadores más adecuados que conformar las teorías científicas que fundamentan ambas variables de estudio; y la validez por juicio de expertos, se realizó mediante su recomendación especializada, evidenciando que los instrumentos son aplicables a la muestra de estudio.

Tabla 8

Validez por juicio de expertos del instrumento de primera variable

N°	Grado académico	Nombres y apellidos	Puntaje	Dictamen
1	Dr.	Rafael Ronal Escobedo Pérez	85.0%	Aplicable
2	Dra.	Verónica Elsa Espinoza Carrasco	91.7%	Aplicable
3	Mg.	Felipe Lizandro Delgado Estrada	100.0%	Aplicable
4	Mg.	Angélica María Lobatón Flores	100.0%	Aplicable
5	Mg.	Juan Carlos Santurio Ramírez	90.0%	Aplicable
Promedio de Valoración			93.3%	Aplicable

Se procedió a validar el instrumento de Cultura Organizacional, para aplicarlos correctamente, siendo autenticado por un grupo de expertos.

Tabla 9

Validez por juicio de expertos del instrumento de segunda variable

N°	Grado académico	Nombres y apellidos	Puntaje	Dictamen
1	Dr.	Rafael Ronal Escobedo Pérez	88.8%	Aplicable
2	Dra.	Verónica Elsa Espinoza Carrasco	91.7%	Aplicable
3	Mg.	Felipe Lizandro Delgado Estrada	100.0%	Aplicable
4	Mg.	Angélica María Lobatón Flores	100.0%	Aplicable
5	Mg.	Juan Carlos Santurio Ramírez	90.0%	Aplicable
Promedio de Valoración			94.1%	Aplicable

Se procedió a validar el instrumento de Calidad del servicio, para aplicarlos correctamente, siendo autenticado por un grupo de expertos.

4.6. Análisis y procesamiento de datos

El análisis cuantitativo se realiza para representar una realidad, debido a que la información numérica se interpreta en base a la situación, donde el proceso para su análisis cuenta de 8 etapas: elección del programa informático, su ejecución, revisión de la matriz de datos, validación de los instrumentos, exploración de datos, análisis estadístico y/o análisis complementarios, y presentar los resultados del estudio (Hernández y Mendoza, 2018, como se citó en Portocarrero, 2022). Para procesar los datos de los dos cuestionarios, se usó Microsoft Excel 2019 y SPSS versión 27.0.1.0, con el propósito de obtener los resultados cuantitativos de la investigación.

4.7. Aspectos éticos en Investigación

La investigación se realizó con la debida confidencialidad de todos los datos de los trabajadores y usuarios de la empresa, con plena conformidad para acceder a la información. El estudio se llevó a cabo con la intención de establecer, aplicar y proporcionar nuevos conocimientos para la sociedad. Por tanto, manifiesto que el presente trabajo es completamente original, contando con instrumentos con una confiabilidad excelente y validados por los profesionales expertos en la materia para su aplicación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

5.1.1. Resultados de la Variable Cultura Organizacional

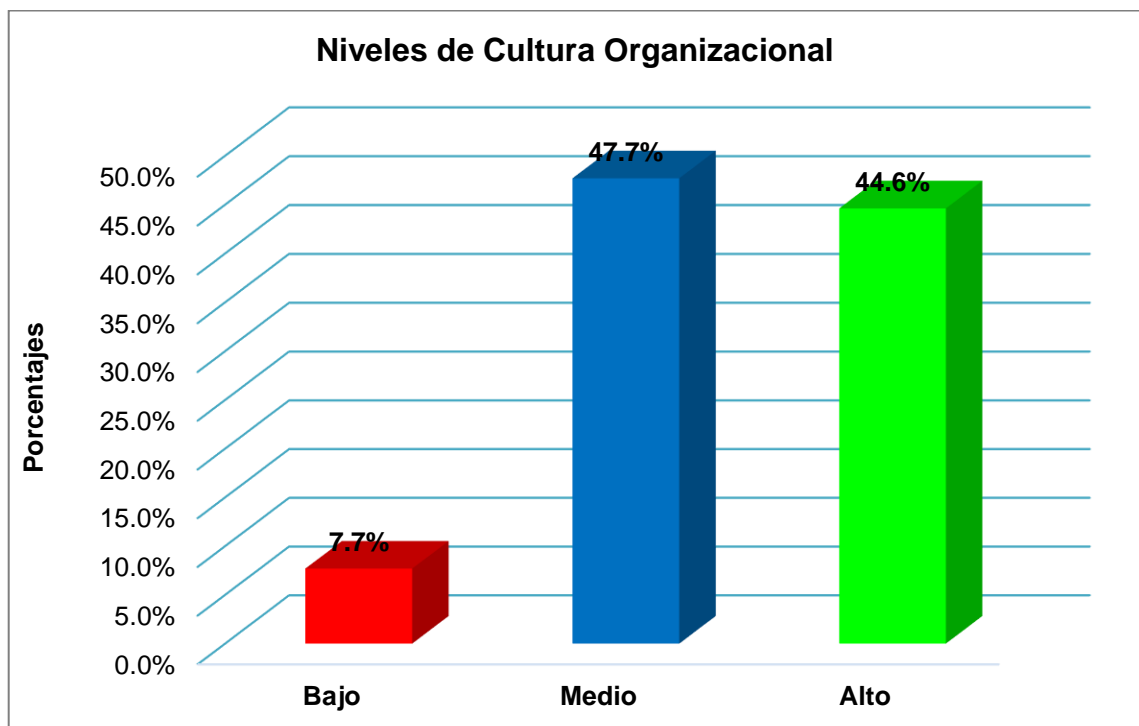
Tabla 10

Distribución de frecuencias de Cultura Organizacional

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	7.7%
Medio	31	47.7%
Alto	29	44.6%
Total	65	100.0%

Figura 9

Niveles de Cultura Organizacional



Interpretación: Se evidencia que, en el cuestionario de Cultura Organizacional sobre una muestra de 65 participantes, el 47.7% predominó el nivel medio, seguido del 44.6% que alcanzaron el nivel alto y, por último, el 7.7% consideran el nivel bajo.

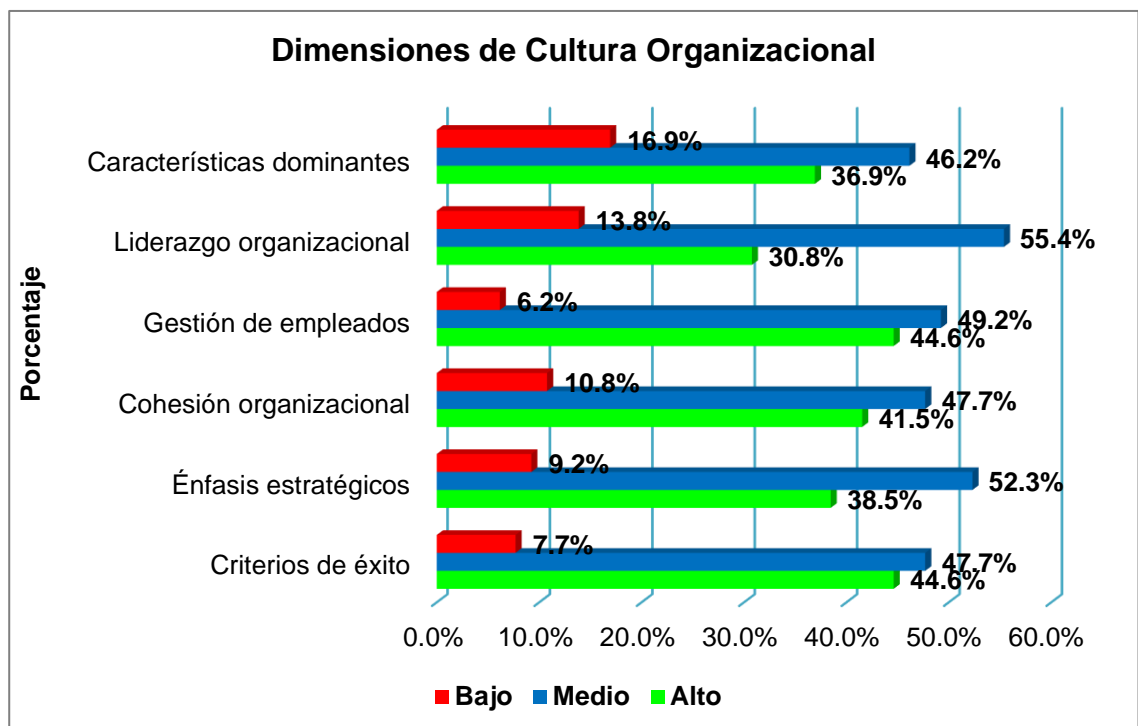
Tabla 11

Distribución de frecuencias de las Dimensiones de la Cultura Organizacional

Dimensiones	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Características dominantes	Bajo	11	16.9%
	Medio	30	46.2%
	Alto	24	36.9%
Liderazgo organizacional	Bajo	9	13.8%
	Medio	36	55.4%
	Alto	20	30.8%
Gestión de empleados	Bajo	4	6.2%
	Medio	32	49.2%
	Alto	29	44.6%
Cohesión organizacional	Bajo	7	10.8%
	Medio	31	47.7%
	Alto	27	41.5%
Énfasis estratégicos	Bajo	6	9.2%
	Medio	34	52.3%
	Alto	25	38.5%
Criterios de éxito	Bajo	5	7.7%
	Medio	31	47.7%
	Alto	29	44.6%

Figura 10

Niveles de Dimensiones de Cultura Organizacional



Interpretación: Se evidencia que, en el cuestionario de Cultura Organizacional sobre una muestra de 65 participantes, en la dimensión características dominantes, 46.2% consideran el nivel medio, 36.9% el nivel alto y 16.9% el nivel bajo. Asimismo, en la dimensión liderazgo organizacional, 55.4% consideran el nivel medio, 30.8% el nivel alto y 13.8% el nivel bajo. También, en la dimensión gestión de empleados, 49.2% consideran el nivel medio, 44.6% el nivel alto y 6.2% el nivel bajo. Además, en la dimensión cohesión organizacional, 47.7% consideran el nivel medio, 41.5% el nivel alto y 10.8% el nivel bajo. Por otra parte, en la dimensión énfasis estratégicos, 52.3% consideran el nivel medio, 38.5% el nivel alto y 9.2% el nivel bajo. Finalmente, en la dimensión criterios de éxito, 47.7% consideran el nivel medio, 44.6% el nivel alto y 7.7% el nivel bajo.

5.1.2. Resultados de la Variable Calidad del servicio

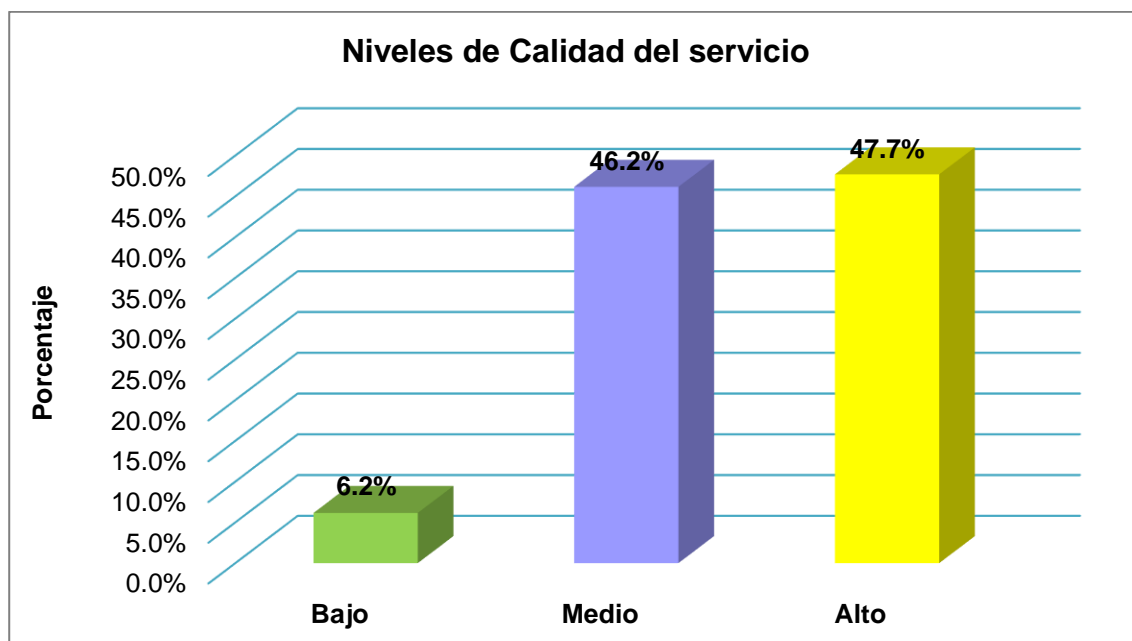
Tabla 12

Distribución de frecuencias de Calidad del servicio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	6.2%
Medio	30	46.2%
Alto	31	47.7%
Total	65	100.0%

Figura 11

Niveles de Calidad del servicio



Interpretación: Se evidencia que, en el cuestionario de Calidad del servicio sobre una muestra de 65 participantes, el 47.7% predominó el nivel alto, seguido del 46.2% en el nivel medio y, por último, el 6.2% en el nivel bajo.

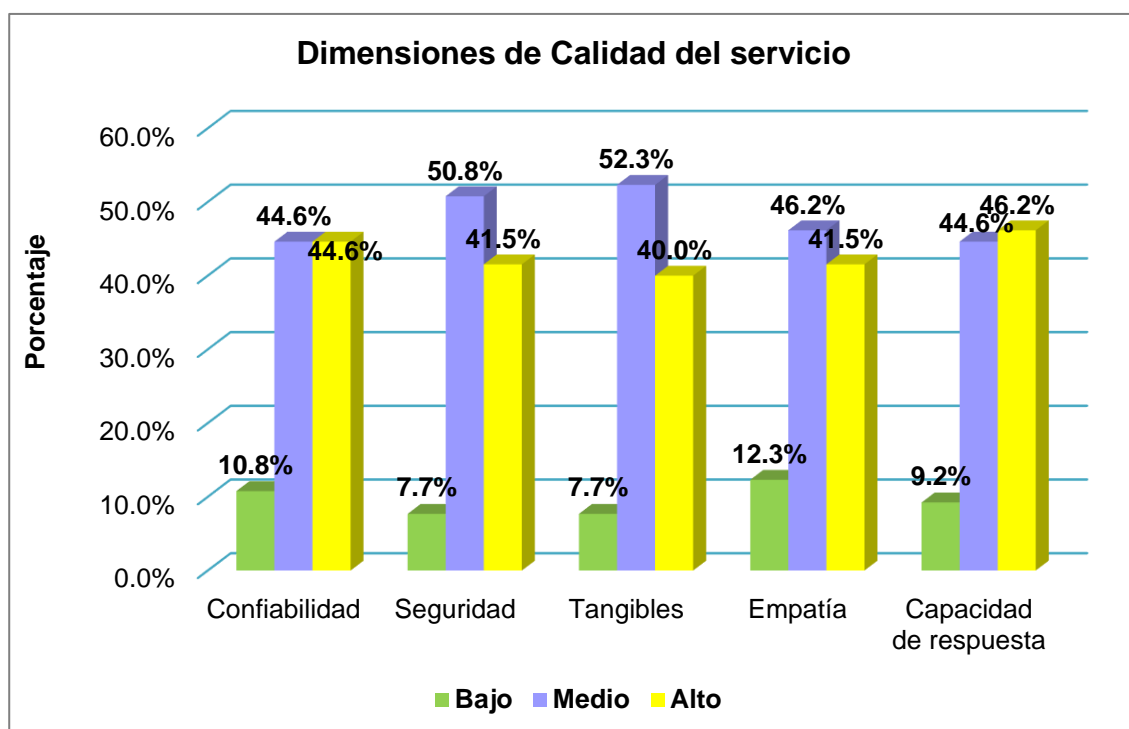
Tabla 13

Distribución de frecuencias de las Dimensiones de Calidad del servicio

Dimensiones	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Confiabilidad	Bajo	7	10.8%
	Medio	29	44.6%
	Alto	29	44.6%
Seguridad	Bajo	5	7.7%
	Medio	33	50.8%
	Alto	27	41.5%
Tangibles	Bajo	5	7.7%
	Medio	34	52.3%
	Alto	26	40.0%
Empatía	Bajo	8	12.3%
	Medio	30	46.2%
	Alto	27	41.5%
Capacidad de respuesta	Bajo	6	9.2%
	Medio	29	44.6%
	Alto	30	46.2%

Figura 12

Niveles de Dimensiones de Calidad del servicio



Interpretación: Se evidencia que, en el cuestionario de Calidad del servicio sobre una muestra de 65 participantes, en la dimensión confiabilidad, predominaron el nivel alto y medio con 44.6% cada uno y 10.8% el nivel bajo. Asimismo, en la dimensión seguridad, 50.8% consideran el nivel medio, 41.5% el nivel alto y 7.7% el nivel bajo. También, en la dimensión tangibles, 52.3% consideran el nivel medio, 40.0% el nivel alto y 7.7% el nivel bajo. Además, en la dimensión empatía, 46.2% consideran el nivel medio, 41.5% el nivel alto y 12.3% el nivel bajo. Finalmente, en la dimensión capacidad de respuesta, 46.2% consideran el nivel alto, 44.6% el nivel medio y 9.2% el nivel bajo.

5.2. Resultados inferenciales

5.2.1. Pruebas de normalidad

Para probar las hipótesis de investigación, es necesario conocer si los datos tienen una distribución normal o una distribución no normal, siendo necesario aplicar las pruebas correspondientes para cada variable de estudio, para finalmente determinar la prueba estadística más adecuada.

Para conocer la normalidad de los datos, es necesario verificar si los datos son superiores a 50, en estos casos se utiliza la prueba Kolmogorov-Smirnov^a; y si los datos son menores a 50, se utiliza Shapiro-Wilk. En esta investigación el tamaño de la muestra es superior a 50 elementos, por tal razón se utilizará la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov^a, teniendo en cuenta las siguientes reglas:

- Si sig. > 0.05 la muestra proviene de una distribución normal.
- Si sig. < 0.05 la muestra proviene de una distribución no normal.

Tabla 14

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura Organizacional	,114	65	,035	,940	65	,003
Calidad del servicio	,094	65	,200*	,947	65	,007

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

La prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov^a para la variable Cultura Organizacional indica que el valor de significancia es 0.035 siendo menor (<) que 0.05, señalando que los datos provienen de una distribución no normal. Sin embargo, la prueba de normalidad para la variable Calidad del servicio, muestra que el valor de significancia es 0.200 siendo mayor (>) que 0.05, existiendo una distribución normal. Los resultados indican que una de las variables no tiene distribución normal, concluyendo que la prueba estadística a utilizar es no paramétrica para relacionar las variables (Rho de Spearman), para su interpretación nos apoyamos en la tabla de Martínez y Campos (2015):

Tabla 15

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Esta tabla muestra los niveles de correlación entre las variables de estudio. Tomado de Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores (p.185), por Martínez y Campos, 2015, Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica, 36 (3).

5.2.2. Prueba de hipótesis general

H1: Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Ho: No existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Reglas de decisión:

- ✓ Si el p valor $> 0,05$ se acepta la Hipótesis Nula (Ho)
- ✓ Si el p valor $< 0,05$ se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa o del investigador (H1).

Tabla 16

Correlación entre Cultura organizacional y Calidad del servicio

			Cultura Organizacional	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Cultura Organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,924**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,924**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Como se puede evidenciar, según el valor del coeficiente de asociación Rho de Spearman, las variables muestran una **correlación positiva muy alta y significativa (Rho = 0.924, p = 0.000 < α = 0.05)**. Por lo tanto, según las reglas de decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Luego podemos concluir que existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

5.2.3. Pruebas de hipótesis específicas

- **Hipótesis específica 1**

H1: Existe una relación significativa entre las características dominantes y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

H0: No existe una relación significativa entre las características dominantes y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Reglas de decisión:

- ✓ Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula (Ho)
- ✓ Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa o del investigador (H1).

Tabla 17

Correlación entre Características dominantes y Calidad del servicio

			Características dominantes	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Características dominantes	Coefficiente de correlación	1,000	,746**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad del servicio	Coefficiente de correlación	,746**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según el valor del coeficiente Rho de Spearman, muestra una **correlación positiva alta y significativa (Rho = 0.746, p = 0.000 < $\alpha = 0.05$)**. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Luego podemos concluir que existe una relación significativa entre las características dominantes y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

- **Hipótesis específica 2**

H1: Existe una relación significativa entre el liderazgo organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

H0: No existe una relación significativa entre el liderazgo organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Reglas de decisión:

- ✓ Si el p valor $> 0,05$ se acepta la Hipótesis Nula (Ho)
- ✓ Si el p valor $< 0,05$ se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa o del investigador (H1).

Tabla 18

Correlación entre Liderazgo organizacional y Calidad del servicio

			Liderazgo organizacional	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Liderazgo organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,699**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad del servicio	Coefficiente de correlación	,699**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según el valor del coeficiente Rho de Spearman, muestra una **correlación positiva moderada y significativa (Rho = 0.699, p = 0.000 < $\alpha = 0.05$)**. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Luego podemos concluir que existe una relación significativa entre el liderazgo organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

- **Hipótesis específica 3**

H1: Existe una relación significativa entre la gestión de empleados y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

H0: No existe una relación significativa entre la gestión de empleados y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Reglas de decisión:

- ✓ Si el p valor $> 0,05$ se acepta la Hipótesis Nula (Ho)
- ✓ Si el p valor $< 0,05$ se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa o del investigador (H1).

Tabla 19

Correlación entre Gestión de empleados y Calidad del servicio

			Gestión de empleados	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Gestión de empleados	Coeficiente de correlación	1,000	,719**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,719**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según el valor del coeficiente Rho de Spearman, se evidencia una **correlación positiva alta y significativa (Rho = 0.719, p = 0.000 < $\alpha = 0.05$)**. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación significativa entre la gestión de empleados y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

- **Hipótesis específica 4**

H1: Existe una relación significativa entre la cohesión organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

H0: No existe una relación significativa entre la cohesión organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Reglas de decisión:

- ✓ Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula (Ho)
- ✓ Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa o del investigador (H1).

Tabla 20

Correlación entre Cohesión organizacional y Calidad del servicio

			Cohesión organizacional	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Cohesión organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,773**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad del servicio	Coefficiente de correlación	,773**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según el valor del coeficiente Rho de Spearman, se evidencia una **correlación positiva alta y significativa (Rho = 0.773, p = 0.000 < $\alpha = 0.05$)**. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación significativa entre la cohesión organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

- **Hipótesis específica 5**

H1: Existe una relación significativa entre los énfasis estratégicos y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

H0: No existe una relación significativa entre los énfasis estratégicos y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Reglas de decisión:

- ✓ Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula (Ho)
- ✓ Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa o del investigador (H1).

Tabla 21

Correlación entre Énfasis estratégicos y Calidad del servicio

			Énfasis estratégicos	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Énfasis estratégicos	Coefficiente de correlación	1,000	,829**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad del servicio	Coefficiente de correlación	,829**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según el valor del coeficiente Rho de Spearman, se evidencia una **correlación positiva alta y significativa (Rho = 0.829, p = 0.000 < $\alpha = 0.05$)**. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación significativa entre los énfasis estratégicos y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

- **Hipótesis específica 6**

H1: Existe una relación significativa entre los criterios de éxito y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

H0: No existe una relación significativa entre los criterios de éxito y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Reglas de decisión:

- ✓ Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula (Ho)
- ✓ Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa o del investigador (H1).

Tabla 22

Correlación entre Criterios de éxito y Calidad del servicio

			Énfasis estratégicos	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Criterios de éxito	Coefficiente de correlación	1,000	,946**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	65	65
	Calidad del servicio	Coefficiente de correlación	,946**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	65	65

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según el valor del coeficiente Rho de Spearman, se evidencia una **correlación positiva muy alta y significativa (Rho = 0.946, p = 0.000 < $\alpha = 0.05$)**. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación significativa entre los criterios de éxito y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete – 2022.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados

En cuanto al análisis realizado a la hipótesis general de la investigación: con un nivel de confianza del 99% y una significancia del 1%, se ha rechazado la hipótesis nula y se ha aceptado la hipótesis alternativa, es decir existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.924 (92.4%) señalando que existe una correlación positiva muy alta, contrastando e refiriéndose con los resultados obtenidos en el estudio de las dimensiones de la cultura organizacional, se relacionan con la calidad del servicio de la empresa, efectivamente se han visto ligadas en mayor medida, considerando que los servicios brindados por la empresa requieren notablemente de una estricta administración de su cultura y que debido a la percepción de los colaboradores sobre las deficiencias encontradas en las instalaciones, pertenecen a los rasgos particulares de la cultura adhocrática y jerárquica propuestas por Cameron y Quinn en 1999, ocasionando limitaciones asociadas con la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes.

Respecto a la hipótesis específica 1: con un nivel de confianza de 99% y una significancia del 1%, se ha rechazado la hipótesis nula y se ha aceptado la hipótesis alternativa, es decir existe una relación significativa entre las características dominantes y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.746 (74.6%) señalando que existe una correlación positiva alta, dicho resultado nos lleva a contrastar e inferir que el ambiente laboral y control realizado por el equipo administrativo se vinculan con las garantías en la calidad de los servicios hacia los trabajadores y clientes. Del mismo modo, la organización debe preocuparse por proporcionar en mayor medida los recursos para un adecuado control gerencial durante las operaciones productivas para mejorar la calidad de los servicios y generar confianza en los usuarios.

En lo referente a la hipótesis específica 2: con un nivel de confianza de 99% y una significancia del 1%, se ha rechazado la hipótesis nula y se ha aceptado la hipótesis alternativa, es decir existe una relación significativa entre el liderazgo organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C durante el 2022. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.699 (69.9%) señalando que existe una correlación positiva moderada, dicho resultado nos lleva a contrastar e inferir que la capacidad de la empresa para asumir riesgos y la gestión de los administrativos en los equipos de trabajo sobre las actividades productivas se encuentran asociadas con la valoración de los encuestados sobre la calidad de los servicios del negocio.

Respecto a la hipótesis específica 3: con un nivel de confianza superior al 99% y una significancia del 1%, se ha rechazado la hipótesis nula y se ha aceptado la hipótesis alternativa, es decir existe una relación significativa entre la gestión de empleados y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C durante el 2022. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.719 (71.9%) señalando que existe una correlación positiva alta, dicho resultado nos lleva a contrastar e inferir que el reclutamiento y competitividad del recurso humano, se realizan regularmente con evaluaciones sobre su desempeño, siendo elementos culturales propias de la organización que se relacionan con los estándares de calidad establecidos durante la producción de los servicios encargados por los usuarios.

En lo referente a la hipótesis específica 4: con un nivel de confianza superior de 99% y una significancia del 1%, se ha rechazado la hipótesis nula y se ha aceptado la hipótesis alternativa, es decir existe una relación significativa entre la cohesión organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C durante el 2022. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.773 (77.3%) señalando que existe una correlación positiva alta, dicho resultado nos lleva a contrastar e inferir que el establecimiento de normativas o reglas administrativas es esencial para delimitar procedimientos y departamentos responsables,

asociándose en mayor medida con los parámetros de calidad en los servicios. En cuanto al logro de sus objetivos, la gerencia cumple de manera parcial con lo establecido, debido a las decisiones administrativas en momentos inapropiados y la poca identificación de los trabajadores con la organización, siendo relevantes para sobresalir en un mercado donde la competencia crece cada vez más.

Respecto a la hipótesis específica 5: con un nivel de confianza de 99% y una significancia del 1%, se ha rechazado la hipótesis nula y se ha aceptado la hipótesis alternativa, es decir existe una relación significativa entre los énfasis estratégicos y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C durante el 2022. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.829 (82.9%) señalando que existe una correlación positiva alta, dicho resultado nos lleva a contrastar e inferir que la capacidad de la empresa para anticiparse de manera oportuna y eficiente ante los cambios del entorno se vinculan con la calidad del servicio, debido a la forma de buscar la adaptabilidad con propuestas nuevas por todos los colaboradores.

En lo referente a la hipótesis específica 6: con un nivel de confianza superior al 99% y una significancia del 1%, se ha rechazado la hipótesis nula y se ha aceptado la hipótesis alternativa, es decir existe una relación significativa entre los criterios de éxito y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C durante el 2022. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.946 (94.6%) señalando que existe una correlación positiva muy alta, dicho resultado nos lleva a contrastar e inferir que es necesario la implementación en gran medida de servicios exclusivos y el fortalecimiento de la marca, debido a que guardan relación con la calidad del servicio. Esos factores son elementales para que los usuarios permanezcan fieles y se sienten identificados frente a los competidores, siendo motivo suficiente para implementar mejoras laborales, productivas y asegurar la calidad máxima en todos sus servicios.

6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares

En el contexto internacional, realizaremos la contrastación con tres investigaciones con aportes científicos considerables:

La investigación de Navarrete (2019), tuvo como objetivo identificar si existe una relación entre la percepción de las dimensiones que integran la cultura organizacional de la empresa y los niveles de estrés de los trabajadores, para crear estrategias de fortalecimiento de los valores empresariales y manejo del estrés en los trabajadores, concluyendo por medio del análisis descriptivo y la correlación a través del coeficiente de correlación de Pearson con un resultado de $r=0.6116$, considerándose una relación moderada directa entre las variables. Esto puede evidenciarse debido a que las dimensiones culturales fueron consideradas en base a la percepción de los valores imperantes dentro de la empresa de estudio, basado científicamente en la aplicación del instrumento elaborado por John Wiley y Son, en 1994, pero debido a la naturaleza de la investigación no es posible sustentar teóricamente la variable Calidad del servicio. No obstante, los resultados de la presente investigación muestran que la relación existente entre la Cultura Organizacional con la Calidad del servicio, según coeficiente Rho de Spearman = 0.924 (92.4%), siendo positiva muy alta. Por lo tanto, en esta contrastación se encuentran resultados con similitud, pero basados en distintas teorías para una de las variables.

Pazmiño (2019), tuvo como objetivo general establecer la relación de la cultura organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Industrias Catedral S.A. de la ciudad de Ambato, concluyendo que la correlación de ambas variables a través de la prueba estadística Rho de Spearman, estableció una Sig. bilateral menor a $p\text{valor}= 0,05$, permitiendo la confirmación de la relación entre la cultura organizacional y el desempeño laboral de colaboradores de la empresa Industrias Catedral S.A. Esto puede evidenciarse debido que se utilizó la teoría científica y el instrumento para medir la Cultura Organizacional elaborado por Denison y Neale, en 2000, pero debido a la naturaleza de la investigación no es posible sustentar teóricamente

la variable Calidad del servicio. Por otra parte, los resultados de la presente investigación muestran que la relación existente entre la Cultura Organizacional con la Calidad del servicio, según coeficiente Rho de Spearman = 0.924 (92.4%), siendo positiva muy alta. Por lo tanto, en esta contrastación se encuentran resultados con similitud, basados en distintas teorías para una de las variables.

El estudio de Valencia (2018), tuvo como propósito investigar la cultura organizacional de las pequeñas y medianas empresas reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi mediante instrumentos de indagación para medir su influencia en la calidad de los servicios, concluyendo mediante la aplicación de la correlación de Spearman que si existe incidencia entre la cultura organizacional y la calidad de los servicios con un nivel de significancia del 0,05 (95% de confianza que la correlación es verdadera y 5% de probabilidad de error), con tendencia positiva. Esto puede evidenciarse debido que se utilizó la teoría científica y el instrumento para medir la Cultura Organizacional elaborado por Cameron y Quin, en 1996. En cuanto a la calidad del servicio, se utilizó el modelo teórico propuesto por Zeithaml et al., en 1988. Por otro lado, los resultados de la presente investigación muestran que la relación existente entre la Cultura Organizacional con la Calidad del servicio, según coeficiente Rho de Spearman = 0.924 (92.4%), siendo positiva muy alta. Por lo tanto, en esta contrastación se encuentran resultados con similitud, basados en la misma teoría para las variables de estudio.

En el ámbito nacional, realizaremos la contrastación con tres investigaciones con sustentos científicos importantes:

La investigación de Ninantay (2022), tuvo como propósito determinar la relación existente entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en la empresa WH consultores e ingenieros SAC, Distrito Los Olivos, 2022, concluyendo que con una correlación de Rho Spearman igual a 0.995 y un nivel de significancia bilateral de 0.000 menor a 0.05, existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la empresa WH Consultor e

Ingenieros de Calidad de Servicio SAC, Los Olivos Distrito, 2022. Esto puede evidenciarse en el sustento teórico e instrumento elaborado por Delgadillo et al., en 2018 para medir la cultura organizacional; y para la calidad del servicio, se utilizaron las dimensiones y el instrumento de Zeithaml et al., en 1988. No obstante, los resultados de la presente investigación muestran que la relación existente entre la Cultura Organizacional con la Calidad del servicio, según coeficiente Rho de Spearman = 0.924 (92.4%), siendo positiva muy alta. Por lo tanto, en esta contrastación se encuentran resultados con similitud, basados en la misma teoría para una de las variables.

Ortega y Rosales (2023), propusieron el objetivo general determinar si existe relación entre la cultura organizacional y la calidad de servicio en la atención al huésped de una empresa hotelera, Cusco 2022, los resultados de la investigación mostraron que existe una correlación significativa alta entre la cultura organizacional y la calidad de servicio con un Rho = 0.870, concluyendo que una cultura organizacional sólida garantizará un alto nivel de calidad de servicio en la atención al huésped de una empresa hotelera. Esto puede evidenciarse en el sustento teórico y el instrumento de Denison y Neale, en 2000 para medir la cultura organizacional; y para la calidad del servicio, se utilizaron las dimensiones y el instrumento de Zeithaml et al., en 1988. Por otra parte, los resultados de la presente investigación muestran que la relación existente entre la Cultura Organizacional con la Calidad del servicio, según coeficiente Rho de Spearman = 0.924 (92.4%), siendo positiva muy alta. Por lo tanto, en esta contrastación se encuentran resultados con similitud, basados en la misma teoría para una de las variables.

El estudio de Villanueva (2021), tuvo como objetivo general determinar el grado de relación de la cultura organizacional y la calidad de servicio al cliente de la empresa Nedley Support SAC, Trujillo, 2021, concluyendo que el grado de relación entre las variables es significativa alta con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.745. Esto puede evidenciarse en el sustento teórico y el instrumento elaborado por García et al. (2015) para la medición de la cultura organizacional y para la calidad del servicio, se utilizaron las dimensiones y el instrumento de Zeithaml et al., en 1988. Por otro lado, los

resultados de la presente investigación muestran que la relación existente entre la Cultura Organizacional con la Calidad del servicio, según coeficiente Rho de Spearman = 0.924 (92.4%), siendo positiva muy alta. Por lo tanto, en esta contrastación se encuentran resultados con similitud, basados en la misma teoría para una de las variables.

6.3. Responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes

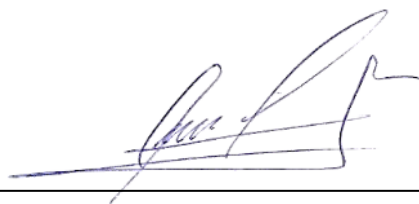
Se adjunta la siguiente declaración jurada, siendo suscrito por el autor de la investigación.

Yo, Luis Antonio Bruno Tomas, Bachiller en Administración de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Nacional del Callao, identificado con DNI 70782037, domiciliado en Urb. Primavera Mz H Lt 10-B, San Vicente de Cañete, con el Proyecto de Tesis titulado: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022".

Declaro bajo juramento:

1. Conocer y estar de acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la UNAC, aprobado con Resolución de Consejo Universitario N.º 150-2023-CU 15/06/2023.
2. Conocer y estar de acuerdo con el Protocolo del Proyecto e informe final de investigación de pregrado, posgrado y/o docentes, equipos, centros e institutos de investigación. Resolución Rectoral N° 319-2022-R de 22/04/2022, que centraliza la información de diversos documentos normativos sobre investigación.

Callao, 31 de diciembre del 2022.



Bruno Tomas, Luis Antonio

(Autor)

VII. CONCLUSIONES

Primera: En la hipótesis general se concluye que, existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio ($Rho = 0.924$, $p = 0.000 < \alpha = 0.05$), siendo una correlación positiva muy alta, esto quiere decir que al aumentar la cultura organizacional también aumenta la calidad del servicio.

Segunda: En la hipótesis específica 1 se concluye que, existe una relación significativa entre las características dominantes y la calidad del servicio ($Rho = 0.746$, $p = 0.000 < \alpha = 0.05$), siendo una correlación positiva alta, esto quiere decir que al aumentar las características dominantes también aumenta la calidad del servicio.

Tercera: En la hipótesis específica 2 se concluye que, existe una relación significativa entre el liderazgo organizacional y la calidad del servicio ($Rho = 0.699$, $p = 0.000 < \alpha = 0.05$), siendo una correlación positiva moderada, esto quiere decir que al aumentar el liderazgo organizacional también aumenta la calidad del servicio.

Cuarta: En la hipótesis específica 3 se concluye que, existe una relación significativa entre la gestión de empleados y la calidad del servicio ($Rho = 0.719$, $p = 0.000 < \alpha = 0.05$), siendo una correlación positiva alta, esto quiere decir que al aumentar la gestión de empleados también aumenta la calidad del servicio.

Quinta: En la hipótesis específica 4 se concluye que, existe una relación significativa entre la cohesión organizacional y la calidad del servicio ($Rho = 0.773$, $p = 0.000 < \alpha = 0.05$), siendo una correlación positiva alta, esto quiere decir que al aumentar la cohesión organizacional también aumenta la calidad del servicio.

Sexta: En la hipótesis específica 5 se concluye que, existe una relación significativa entre los énfasis estratégicos y la calidad del servicio ($Rho = 0.829$, $p = 0.000 < \alpha = 0.05$), siendo una correlación positiva alta, esto quiere decir

que al aumentar los énfasis estratégicos también aumenta la calidad del servicio.

Séptima: En la hipótesis específica 6 se concluye que, existe una relación significativa entre los criterios de éxito y la calidad del servicio ($Rho = 0.946$, $p = 0.000 < \alpha = 0.05$), siendo una correlación positiva muy alta, esto quiere decir que al aumentar los criterios de éxito también aumenta la calidad del servicio.

VIII. RECOMENDACIONES

Primera: Considerando los resultados, se propone a los directivos otorgarle la importancia debida a la gestión de la cultura organizacional, por medio de capacitaciones (sobre todo elementos adhocráticos y jerárquicos evidenciados en el estudio) o programas enfocados en el recurso humano y clientes para la mejora constante de la calidad del servicio y su operatividad.

Segunda: Se recomienda a la gerencia otorgar los recursos necesarios a todos sus empleados y realizar actividades recreativas o talleres corporativos para el bienestar conjunto, para ello también es necesario que evalúen sus resultados obtenidos de los planes de trabajo para detectar y corregir sus desviaciones, brindando confianza necesaria en la calidad.

Tercera: Se sugiere el fortalecimiento continuo del liderazgo adhocrático, tomando decisiones para actuar adecuadamente ante incidentes laborales y controlarlos. Jerárquicamente, es necesario impulsar el trabajo con los empleados para cumplir con las metas, tanto productivas como de calidad.

Cuarta: Se recomienda a la gerencia establecer parámetros (niveles de ventas, producción, etc.) que garanticen la estabilidad laboral del personal y brindar cursos especializados para potenciar su desarrollo profesional, siendo aspectos importantes para mejorar la calidad conforme a las exigencias.

Quinta: Se sugiere que la empresa establezca sus reglas internas y de calidad por medio de manuales empresariales para delimitar responsabilidades, encargados y tener una mejor dirección en cada actividad.

Sexta: Se recomienda a la gerencia destinar en sus planes estratégicos, recursos suficientes para adquirir materiales de producción oportunamente y realizar implementaciones tecnológicas necesarias, siendo aspectos que contribuyen con la mejora de la calidad del servicio.

Séptima: Se sugiere a la administración y trabajadores brindar un trato exclusivo a los clientes con capacidad de pago considerable, y consolidar su marca por medio de la diferenciación del servicio, mayor publicidad y generando emociones positivas, de tal manera se garantice el éxito.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca, J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa Aprocassi, San Ignacio, 2019*. [Trabajo de investigación para optar el Grado Académico Profesional de Bachiller en Administración, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5237/Jaramillo%20Abarca%20Dilcia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. [Nota académica 2, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- Álvarez, J., Álvarez, I., & Bullón, J. (2006). *Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad* (1ra. ed.). Ideaspropias Editorial. https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&pg=PT4&dq=Introducci%C3%B3n+a+la+calidad:+Aproximaci%C3%B3n+a+los+sistemas+de+gesti%C3%B3n+y+herramientas+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiohpX7mc_9AhWBI7kGHfsSB3QQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=Introducci%C3%B3n
- Amaru, A. (2009). *Fundamentos de Administración: Teoría general y proceso administrativo*. Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/09/252175923-109426991-Fundamentos-de-Admin.pdf?fbclid=IwAR3B7ujY6d24nndZPS6E2HyX2uqWE4291kRbf8AshhNGQz4AAucirReM4Lc>
- Antón, J., Medina, S., & Palas, J. (2016). *Cultura corporativa, clima y desempeño laboral en Perú Call Center S.A.C*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio Institucional. http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3175/Anton%20Palacios%2c%20Medina%20Leon%20y%20Palas%20Perez_TITULO%20ADMINISTRACION_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Aramayo, W. (2020). Calidad del servicio, satisfacción y fidelización. *Revista Ñeque*, 3(7), 161-175.
<https://revistaneque.org/index.php/revistaneque/article/view/44>
- Arango, M. (2007). Control organizacional: ¿sistema o agregado de elementos? *Revista Ad-Minister*(11), 80-96.
<https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/14054>
- Atencio, E., & González, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XIII(1), 172-186. <http://ve.scielo.org/pdf/rcs/v13n1/art13.pdf>
- Bados, A., & García, E. (2014). *Resolución de problemas*. [Archivo PDF].
<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/54764/1/Resoluci%C3%B3n%20problemas.pdf>
- Baldeon, P. (2021). *Gestión administrativa y calidad de servicio de la Empresa JBP S.A.C., Huancayo - Junín, 2021*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Alas Peruanas].
 Repositorio Institucional.
https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10436/Tesis_Gesti%C3%B3nAdministrativa_Calidad.Servicio_Empresa%20JBP%20SAC._Huancayo_Jun%C3%ADn.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Behar, D. (2008). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom.
<http://187.191.86.244/rceis/wp-content/uploads/2015/07/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n-DANIEL-S.-BEHAR-RIVERO.pdf>
- Benavides, E., & Camacho, J. (2022). *Cultura organizacional: estudio de caso en una multinacional China en Colombia*. [Tesis de Grado, Universidad del Rosario].
 Repositorio Institucional.
<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/ab7ebb6c-8913-4077-b104-0196b59677cc/content>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3ra. ed.). Colombia: Pearson Educación.
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1ra. ed.). David Andrade Aguirre. <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/15424/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón, A. (2018). *Cultura Organizacional y Satisfacción Laboral en el personal administrativo de la Universidad Nacional de Tumbes, 2018*. [Tesis para obtener el Título de Licenciado en Psicología, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/313/TESIS%20-%20CALDERON%20ROMERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cameron, K., & Quinn, R. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture* (Revised ed.). A Wiley Imprint. https://www.researchgate.net/profile/Tahani_Fourah/post/Is_the_any_test_or_questionnaire_to_measure_the_organizational_climate_anyone_can_suggest/attachment/59d61f45c49f478072e97966/AS%3A271750183489537%401441801700739/download/Diagnosing+and+changing+org
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Educacion S.A. <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Chec. (2015, Mayo 17). *Capacidad de asumir riesgos*. <https://chec.unicafam.edu.co/index.php/2015/05/17/capacidad-de-asumir-riesgos/#:~:text=Es%20una%20actitud%20que%20relaciona,un%20c%C3%A1lculo%20de%20probabilidades%20relacionado>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones* (2da. ed.). México: Mc Graw-Hill. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dinamica_en_las_organizaciones..pdf

- Cortés, P. (2022). *Sistema de gestión para la cultura organizacional direccionada a la sostenibilidad de una empresa comercializadora de productos para la construcción en Santiago de Cali-Colombia*. [Tesis para optar al título de Magíster en Administración de Empresas, Universidad Autónoma de Occidente]. Repositorio Institucional.
https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/14355/T10397_Sistema%20de%20gesti%C3%B3n%20para%20la%20cultura%20organizacional%20direccionada%20a%20la%20sostenibilidad%20de%20una%20empres a%20comercializadora%20de%20productos%20para%20la%20construc ci%C3%B3n
- Crisolo, M., & Lazo, E. (2019). *Cultura Organizacional y Calidad de Servicio en la empresa de transporte marítimo Maersk Line Perú, en Lima, en el 2018*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626455/Crisolo_MM.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Díaz, J., & Duque, J. (2019). Análisis y Fortalecimiento de la Cultura Organizacional en una Institución de Educación Superior de la Ciudad de Cali. *Revista De Economía & Administración*, 14(2), 31-46.
<https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/37>
- Díaz, R., Cajún, J., & Gómez, G. (2021). Rapidez en el servicio, creando una imagen a tus clientes. *Revista Digital Publisher CEIT*, 6(6-1), 264-277.
https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/866
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Duque, E. (2007). *Medición de la calidad percibida del servicio en internet - una aplicación*. [Trabajo de Grado para optar al Título dMagíster en Administración con Concentración en Mercadeo, Universidad de los Andes]. Repositorio Institucional.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9614/u295475.pdf?sequence=1>

Echevarria, J. (2021, Noviembre 12). *Trabajadores formados, realmente ¿Es necesario?* LinkedIn: https://www.linkedin.com/pulse/trabajadores-formados-realmente-es-necesario-echevarria-s%C3%A1nchez?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card

Felipe, C. (2020). *El concepto de agilidad organizativa como capacidad dinámica estudio de variables antecedentes y efectos sobre el rendimiento organizativo*. [Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla]. Repositorio Institucional.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/109040/Felipe%20LLanos%2C%20Carmen%20tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2YdyFHycGG0ZW3uTEbcNDRRWd9nPTLBHf37P6jeLefiJbjcqX-QwZ96s>

FSI. (2022). *Implementos Agrícolas FSI*. <https://implementosagricolasfsi.com/index.php/la-empresa>

Gamboa, A., & Soto, A. (2022). *Cultura organizacional y la productividad del personal en CREDIVARGAS, 2022*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado de Administración, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio Institucional.

http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/6002/B2_2023_UNU_ADMINISTRACION_2022_T_ANA-GAMBOA_ANDREI-SOTO_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ganga, F., Alarcón, N., & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Revista chilena Ingeniare*, 27(4), 668-681. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668&lang=pt#:~:text=Espec%C3%ADficamente%2C%20Parasuraman%2C%20Zeithaml%20y%20Berry,de%20servicios%20deben%20ofrecer\)%20y](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668&lang=pt#:~:text=Espec%C3%ADficamente%2C%20Parasuraman%2C%20Zeithaml%20y%20Berry,de%20servicios%20deben%20ofrecer)%20y)

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). McGraw Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Bap>

tista-

Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

Jimenez, Y., & Rosas, W. (2020). *Evolución de la Cultura Organizacional en las empresas de Latinoamérica: Una Revisión Sistemática de la Literatura Científica en los últimos 5 años, 2015-2020*. [Trabajo de investigación para optar al Grado de Bachiller en Administración, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25719/pdf_total.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jobatus. (2023). *¿Qué es exclusividad de servicios?* <https://www.jobatus.es/noticias/que-es-exclusividad-de-servicios#:~:text=La%20exclusividad%20de%20servicios%20es,clientes%20durante%20un%20periodo%20determinado.>

Llanos, M. (2018). *Modelo de cultura organizacional para el desarrollo de la calidad en instituciones de educación superior*. Universidad Tecnológica ECOTEC. https://ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/modelo-cultura-organizacional.pdf?fbclid=IwAR2EUjVfSUQikZSpBZHfO8v3StYTFpZ_cjY7j9jkh6iSLgjlTR9mH_ANI0A

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia* (6ta. ed.). Pearson Educación de México, S.A. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

Luthans, F. (2011). *Organizational behavior : an evidence-based approach* (12th ed.). Paul Ducham. https://bdpad.files.wordpress.com/2015/05/fred-luthans-organizational-behavior_-an-evidence-based-approach-twelfth-edition-mcgraw-hill_irwin-2010.pdf

Macías, T., Martínez, G., & Lino, H. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 7(3), 1395-1411. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8399856>

- Mamani, W. (2019). *Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Ingeniería Industrial*. [Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Ingeniería Industrial, Universidad Continental]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/5526>
- Martínez, A., & Campo, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica*, 36(3), 181-190. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=61941556004>
- Melgar, L. (2019). *Diagnóstico de la Calidad de Servicio al Cliente en la Empresa Punto de Precisión S.A.C. Periodo: 2018*. [Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de empresas, Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur]. Repositorio Institucional. http://repositorio.untels.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/83/1/Melgar_Lidia_Trabajo_Suficiencia_2019.pdf
- Monroy, M. (2015). Análisis teórico de los modelos sobre la calidad en el servicio percibido. *Ciencia desde el Occidente*, 2(1), 81-91. <https://biblat.unam.mx/es/revista/ciencia-desde-el-occidente/articulo/analisis-teorico-de-los-modelos-sobre-la-calidad-en-el-servicio-percibido>
- MTPE. (2012). *Jornada de trabajo 2012*. [Archivo PDF]. https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/INF_JORNADA_TRABAJO.pdf
- Muñoz, A. (2014). *Metodología para el dimensionamiento de almacenes basado en la estimación de la demanda para el sector cosmético*. [Aspirante al Título Especialista en Logística Integral, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Institucional. <https://core.ac.uk/download/pdf/143448223.pdf>
- Naranjo, R. (2020). *La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS*. [Trabajo de Titulación,

previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración Pública, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31521/1/04%20ADP.pdf>

- Nationwide. (2022). *Cualidades principales de un buen empleado*.
<https://espanol.nationwide.com/business/solutions-center/managing-employees/good-employee-qualities#:~:text=Los%20empleados%20confiables%20asumen%20la,est%C3%A1%20vigil%C3%A1ndolo%20u%20ofreciendo%20elogios>.
- Navarrete, R. (2019). *Cultura organizacional y su relación con el estrés en trabajadores de una empresa metalmecánica en Celaya*. [Tesis para obtener el Grado de Maestra en Gestión Administrativa, Tecnológico Nacional de México en Celaya]. Repositorio Institucional.
<https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/482/1/Navarrete%20M%C3%A9ndez.pdf>
- Nieto, A. (2018). *Estabilidad laboral y desempeño profesional de los trabajadores del régimen de contratación administrativa de servicios del Gobierno Regional de Ayacucho 2018*. [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gestión Pública, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29110/nieto_ha.pdf
- Ninantay, K. (2022). *Cultura organizacional y la calidad de servicio en la empresa WH Consultores e Ingenieros SAC, distrito Los Olivos, 2022*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108110/Ninantay_HKY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- OMS. (2016). *Sistema de gestión de la calidad en el laboratorio: manual*. [Archivo PDF].
<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/252631/9789243548272-spa.pdf>

- Ontime. (s.f.). *Equipamiento moderno*. <https://on-time.es/productividad/bloques/bloque-externo/medios/equipamiento/>
- Ortega, C. (2023). *Presencia de marca: Qué es, ventajas y estrategias para mejorarla*. QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/presencia-de-marca/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20presencia%20de,est%C3%A1n%20familiarizadas%20con%20tu%20existencia.>
- Ortega, E., & Rosales, E. (2023). *Cultura organizacional y la calidad de servicio en la atención al huésped de una empresa hotelera, Cusco 2022*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d7e190b2-5709-4d9f-9831-b10b9f888a97/content>
- Pazmiño, C. (2019). *Cultura organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Industrias Catedral s.a. de la ciudad de Ambato*. [Proyecto de Investigación o Titulación previo a la obtención del Título de Psicólogo Industrial, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31048/1/180458698-8%20Pazmi%C3%B1o%20Aillon%20Cinthya%20Nathaly.pdf>
- Pérez, M. (2019). La competitividad del Talento Humano en el ámbito empresarial. *Revista Crecer Empresarial Journal of Management and Development*, 1(1), 46-57. <https://journalusco.edu.co/index.php/cempresarial/article/view/1323>
- Portocarrero, F. (2022). *Sistema de gestión documental para la optimización de recursos en los archivos de la Oficina de normalización previsional-sede Lima, 2022*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/7312/FCA%20TESIS%20%20PORTOCARRERO%20RAMOS%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Pozo, W. (2021). *Cultura Organizacional y Clima Laboral en los trabajadores de una empresa textil del Cercado de Lima, 2020*. [Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Psicología, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73227/Pozo_BW-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pulido, R., & Serrano, A. (2019). *Cultura organizacional y satisfacción laboral de los profesionales de enfermería que laboran en el servicio de emergencias del Hospital II Lima Norte Callao-2018*. [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro de Gerencia en Salud, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/4594/TESIS%20RUB%c3%89N%20DARIO%2c%20ANGELITA%2c%20SERRANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quiroz, E., Castaño, E., Aguilar, M., Andrade, V., Gómez, M., Forero, C., Ángel, & Jairo. (2020). *Cultura organizacional y cambio: reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional* (1ra. ed.). Universidad Católica de Colombia.
<https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/af3193a0-d323-40c9-bdad-e18512c67149/content>
- Rafael, K. (2021). *Relación entre calidad de servicio, satisfacción y lealtad de cliente en la estación de servicio Montealegre – Huaraz 2020*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/72685994-d8fc-4a69-ac07-d9a28f19b630/content>
- Ramón, D., Sarmiento, C., Parra, B., & Arce, J. (2017). *Diseño de la Cultura Organizacional para la Estrategia de Negocios* (1ra. ed.). Guayaquil: Grupo Compás. <http://142.93.18.15:8080/jspui/handle/123456789/81>
- Resendiz, E. (2022, Julio 18). *El arte de la pulcritud*. LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/pulse/el-arte-de-la-pulcritud-edgar->

resendiz/?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es

- Reyes, J., & Moros, E. (2019). La cultura organizacional: principales desafíos teóricos y metodológicos para su estudio. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 201-217. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2308-01322019000100201&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción* (1ra. ed.). Servicios Académicos Intercontinentales S.L. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/1662.pdf>
- Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. [Previo a la obtención del Grado Académico de: Magíster en Administración de empresa, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Institucional. https://www.lareferencia.info/vufind/Record/EC_1a405ed0970e077e00db395937c4c028
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional* (13ra. ed.). Pearson Educación. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/R_OBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Rodas, E. (2017). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. [Trabajo presentado al Consejo de Facultad de Humanidades previo a conferírsele el Título de Psicóloga Industrial / Organizacional en el Grado Académico de Licenciada, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Institucional. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/05/43/Rodas-Estefanny.pdf>
- Sepúlveda, F. (2004). El modelo competing values framework (CVF) y el diagnóstico de la cultura organizacional. *Revista Economía y administración*(63), 7-27. <https://www2.udec.cl/~rea/REVISTA%20PDF/Rev63/art1rea63.pdf>
- Solís, J. (2021). *Análisis de la relación entre la cultura organizacional y las fuentes de poder en una empresa del sector automotriz que ofrece*

- soluciones de movilidad en la ciudad de Quito*. [Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Magister en Administración de Empresas mención operaciones en sectores estratégicos, Escuela Politécnica Nacional]. Repositorio Institucional.
<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/22009/1/CD%2011502.pdf>
- Solórzano, G. (2007). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *Revista El Buzón de Pacioli*, XIII(82), 1-36. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Sommo, A. (2022). *Cultura organizacional y calidad de servicio en la Capitanía Guardacostas Fluvial de Pucallpa – 2021*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio Institucional.
http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5726/B9_2022_UNU_ADMINISTRACION_T_2022_ADANARI_SOMMO_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tamara, O., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227-232.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037
- Tamayo, L. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Mecánica Automotriz Salazar, Trujillo 2022*. [Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110767/Tamayo_FLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio* (1ra. ed.). Liderazgo 21.
<https://clea.edu.mx/biblioteca/items/show/479#?c=&m=&s=&cv=>
- Tuapanta, J., Duque, M., & Mena, A. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en Docentes Universitarios. *Revista mktDescubre*, 1(10), 37-48.
<http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktDescubre/article/view/141>

- Urrego, P. (2016). *Entorno laboral saludable como incentivo al talento humano en salud*. [Archivo PDF]. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/TH/entorno-laboral-saludable-incentivo-ths-final.pdf>
- Valencia, J. (2018). *Cultura organizacional de la Defensoría Pública del Ecuador y su incidencia en la calidad de los servicios del Centro de Mediación en el Distrito Metropolitano de Quito*. [Trabajo de titulación, previo a la obtención del Título de Administrador de empresas, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/14679/T-ESPE-057794.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valle, F., Idrovo, M., & Hernández, M. (2022). Modelo Denison para el Planteamiento de Estrategias de Endomarketing en las Empresas SUMESA y TIA de la ciudad de Guayaquil. *Revista Uda Akadem*, 1(9), 266–310. <https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/udaakadem/article/view/485>
- Vallecillo, A., Pavón, E., & Castro, D. (2020). *Liderazgo como elemento de la dirección administrativa*. [Seminario de Graduación para optar al título de Licenciados en Administración de Empresas, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unan.edu.ni/12824/1/23047.pdf?fbclid=IwAR3B7ujY6d24nndZPS6E2HyX2uqWE4291kRbf8AshhNGQz4AAucirReM4Lc>
- Velasco, R. (2015). *Modelo de cultura organizacional y alineación estratégica para una maquiladora de exportación*. Instituto Tecnológico de Sonora. <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/tesis-doct/modelodecultura.pdf>
- Velásquez, A. (2007). La organización, el sistema y su dinámica: Una versión desde Niklas Luhmann. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(61), 129-155. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611495014.pdf>
- Veliz, I. (2017). *La Gestión Administrativa y el Logro de Objetivos Organizacionales, según la Percepción del Personal asistencial del*

Hospital Vitarte, año 2016. [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gestión de los Servicios de la Salud, Universidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22254/Veliz_HIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2LqMk8dQJNt8JQti7iEHC8hCdzCA9wSKrC5IY6Ke7poJh8RQcl7LbN0lw

Villanueva, X. (2021). *Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio al cliente de la empresa Nedley Support SAC, Trujillo, 2021.* [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional. <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-de-cajamarca/administracion-general-i/cultura-organizacional-y-su-relacion-con-la-atencion-al-cliente/31553627?origin=home-recent-1>

Zamora, S. (2020). *Análisis de la cultura organizacional en la productividad de los empleados 2016-2020.* [Tesis para el Título de Licenciada en Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla]. Repositorio Institucional. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/10329>

ANEXOS

- Matriz de consistencia

Título: “Cultura organizacional y Calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022”							
Autor: Luis Antonio Bruno Tomas							
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
¿De qué manera la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?	Determinar de qué manera la cultura organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.	Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.	Variable 1: Cultura organizacional	1.1: Características dominantes	1.1.1: Entorno laboral saludable	1,2,3	Tipo de investigación: Básico, Descriptivo – Correlacional Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental, transversal Población: 78 colaboradores de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Muestra: 65 colaboradores de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
					1.1.2: Control organizacional		
				1.2: Liderazgo organizacional	1.2.1: Capacidad para asumir riesgos	4,5,6	
					1.2.1: Dirección administrativa		
				1.3: Gestión de empleados	1.3.1: Estabilidad laboral	7,8,9	
					1.3.2: Competitividad del talento humano		
				1.4: Cohesión organizacional	1.4.1: Normas y reglamentos	10,11,12	
					1.4.2: Logros de objetivos organizacionales		
				1.5: Énfasis estratégicos	1.5.1: Agilidad organizativa	13,14,15,16	
					1.5.2: Eficiencia organizacional		
				1.6: Criterios de éxito	1.6.1: Exclusividad de servicios	17,18,19,20	
					1.6.2: Presencia de la marca		

PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
Problema específico 1 ¿De qué manera las características dominantes se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?	Objetivo específico 1 Diagnosticar de qué manera las características dominantes se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.	Hipótesis específica 1 Existe una relación significativa entre las características dominantes y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.	Variable 2: Calidad del servicio	2.1: Confiabilidad	2.1.1: Resolución de problemas	1,2,3,4	Tipo de investigación: Básico, Descriptivo – Correlacional Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental, transversal Población: 78 colaboradores de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Muestra: 65 colaboradores de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
					2.1.2: Control de documentos		
				2.2: Seguridad	2.2.1: Empleados confiables	5,6,7,8	
					2.2.2: Empleados bien formados		
				2.3: Tangibles	2.3.1: Equipamiento moderno	9,10,11,12	
	2.3.2: Pulcritud						
2.4: Empatía	2.4.1: Atención personalizada	13,14,15,16					
	2.4.2: Horario de trabajo						
2.5: Capacidad de respuesta	2.5.1: Comunicación efectiva	17,18,19,20					
	2.5.2: Rapidez en la atención						
Problema específico 2 ¿De qué manera el liderazgo organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?	Objetivo específico 2 Demostrar de qué manera el liderazgo organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.	Hipótesis específica 2 Existe una relación significativa entre el liderazgo organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.					
Problema específico 3 ¿De qué manera la gestión de empleados se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?	Objetivo específico 3 Evaluar de qué manera la gestión de empleados se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.	Hipótesis específica 3 Existe una relación significativa entre la gestión de empleados y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.					

<p>Problema específico 4 ¿De qué manera la cohesión organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?</p>	<p>Objetivo específico 4 Conocer de qué manera la cohesión organizacional se relaciona con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.</p>	<p>Hipótesis específica 4 Existe una relación significativa entre la cohesión organizacional y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.</p>					
<p>Problema específico 5 ¿De qué manera los énfasis estratégicos se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?</p>	<p>Objetivo específico 5 Identificar de qué manera los énfasis estratégicos se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.</p>	<p>Hipótesis específica 5 Existe una relación significativa entre los énfasis estratégicos y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.</p>					
<p>Problema específico 6 ¿De qué manera los criterios de éxito se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022?</p>	<p>Objetivo específico 6 Analizar de qué manera los criterios de éxito se relacionan con la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.</p>	<p>Hipótesis específica 6 Existe una relación significativa entre los criterios de éxito y la calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete, 2022.</p>					

- Instrumentos validados



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



ENCUESTA DE CULTURA ORGANIZACIONAL

Buenos días estimados (as), el instrumento tiene como propósito recopilar datos y comprender, a través de sus opiniones, el contexto necesario que permita desarrollar el estudio titulado: **“CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C. CAÑETE, 2022”**.

Esta información servirá como apoyo para realizar mi investigación, sólo tendrá fines académicos y mantendrá el anonimato del caso; se solicita su cooperación y amabilidad para contestar los ítems.

Se le agradece por las coordinaciones efectuadas y su disposición voluntaria para colaborar en el ámbito científico.

- I. Coloque **X** en el recuadro correspondiente.

INFORMACIÓN GENERAL	
1. EDAD	3. ESTADO CIVIL
a. 20 – 30 b. 31 – 40 c. 41 – 50 d. 51 – 60	a. Soltero (a) b. Casado (a) c. Divorciado (a) d. Viudo (a)
2. GÉNERO	4. GRADO DE INSTRUCCIÓN
a. Masculino b. Femenino	a. Secundaria completa b. Superior técnica incompleta c. Superior técnica completa d. Superior universitaria incompleta e. Superior universitaria completa

- II. Lea con cuidado cada afirmación, colocando **X** en el recuadro correspondiente a la escala con valoración del 1 al 5, que mejor evidencie su perspectiva. Conteste todos los ítems. No hay respuestas buenas ni malas.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

VARIABLE 01: CULTURA ORGANIZACIONAL						
PREGUNTAS		PUNTAJES				
Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Características dominantes						
1	Existen condiciones físicas necesarias en la entidad para asegurar el bienestar de todos los colaboradores.					
2	La gerencia estimula la confianza con sus trabajadores y clientes.					
3	Existe un control efectivo en los procesos operativos.					
Dimensión 2: Liderazgo organizacional						
4	Los gerentes asumen riesgos ocasionados por los incidentes de trabajo.					
5	Los trabajadores toman la decisión de arriesgarse para cumplir con las metas de la empresa.					
6	Los administradores mantienen una comunicación asertiva con los trabajadores.					
Dimensión 3: Gestión de empleados						
7	Existe estabilidad laboral y garantías en la formación de los subordinados.					
8	Los trabajadores desarrollan sus habilidades innatas bajo presión laboral.					
9	La competitividad es clave para mejorar el desempeño de los empleados.					

Dimensión 4: Cohesión organizacional						
10	Las normativas mantienen el orden y buen funcionamiento de la empresa.					
11	Las metas de la entidad son alcanzadas de forma colaborativa entre gerentes, trabajadores y usuarios.					
12	La visión y misión se reflejan en los objetivos organizacionales.					
Dimensión 5: Énfasis estratégicos						
13	La empresa se adapta y reacciona anticipadamente ante el aumento de los precios de los materiales.					
14	El entorno externo ofrece oportunidades para implementar nuevas tecnologías.					
15	Existe una planificación adecuada sobre la adquisición de los materiales.					
16	Los recursos de la entidad son utilizados con eficiencia en la producción.					
Dimensión 6: Criterios de éxito						
17	El progreso de la empresa es debido a que brinda servicios exclusivos a clientes con capacidad económica elevada.					
18	La exclusividad de servicios es considerada una ventaja para mejorar la calidad y atraer nuevos usuarios.					
19	La organización cuenta con presencia importante en el sector metalmecánico.					
20	Los colaboradores se sienten identificados y satisfechos con la continuidad del negocio.					



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Dr. Rafael Ronald Escobedo Pérez	Docente de Universidad Nacional de Cajete	Cuestionario de Cultura organizacional	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cajete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN
Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				S U B T O T A L
		0	6	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	
		1	1	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																					85
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																					85
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																					85
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																					85
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																					85
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																					85
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																					85
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																					85
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																					85
																						85%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	<input checked="" type="checkbox"/>
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	<input type="checkbox"/>
No procede su aplicación	<input type="checkbox"/>

Cajete 20/10/2022	40778244		951088050
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES

Ninguna.

FECHA:

Firma del experto



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Mg. Delgado Estrada, Felipe Lizandro	Docente de Universidad Nacional del Callao	Cuestionario de Cultura organizacional	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%			REGULAR 21-40%			BUENA 41-60%			MUY BUENA 61-80%			EXCELENTE 81-100%			S U B T O T A L	
		0	6	11	1	2	3	3	4	5	5	6	7	7	8	9		
		6	15	0	1	2	3	4	5	6	6	7	8	8	9	96		
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																100	100
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																100	100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																100	100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																100	100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																100	100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																100	100
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																100	100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																100	100
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																100	100
PROMEDIO																	100	100

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	si
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
No procede su aplicación	

Callao, 31/10/2022	10318408		954147028
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES: Ninguna

FECHA: 31/10/2022

Firma del experto



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Mg. Lobatón Flores, Angelica María	Administradora de Alimentos Fusión y Sabor E.I.R.L.	Cuestionario de Cultura organizacional	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%		REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				S U B T O T A L		
		0	6	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8		9	96
		5	10	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9		9	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																			100	100	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																			100	100	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																			100	100	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																			100	100	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																			100	100	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																			100	100	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																			100	100	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																			100	100	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																			100	100	
PROMEDIO																				100		
																				%		

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	Si
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
No procede su aplicación	

San Vicente de Cañete, 31/10/2022	70168135		993579469
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES: Ninguna

FECHA: 31/10/2022

Firma del experto



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Mg. Santurio Ramírez, Juan Carlos	Docente de Universidad Nacional del Callao	Cuestionario de Cultura organizacional	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%			REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				S U B T O T A L																			
		0	6	11	1	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	96																				
		5	1	15	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	100																				
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																				x		90																	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																				x		90																	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																				x		90																	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																				x		90																	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																				x		90																	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																				x		90																	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																				x		90																	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																				x		90																	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																				x		90																	
PROMEDIO																																								90 %

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	x
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
No procede su aplicación	

Callao,30/11/2023	25838289		992212302
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES: Ninguna

FECHA:30/11/2023

Firma del experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



ENCUESTA DE CALIDAD DEL SERVICIO

Buenos días estimados (as), el instrumento tiene como propósito recopilar datos y comprender, a través de sus opiniones, el contexto necesario que permita desarrollar el estudio titulado: **“CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C. CAÑETE, 2022”**.

Esta información servirá como apoyo para realizar mi investigación, sólo tendrá fines académicos y mantendrá el anonimato del caso; se solicita su cooperación y amabilidad para contestar los ítems.

Se le agradece por las coordinaciones efectuadas y su disposición voluntaria para colaborar en el ámbito científico.

I. Coloque **X** en el recuadro correspondiente.

INFORMACIÓN GENERAL	
1. EDAD	3. ESTADO CIVIL
a) 20 – 30	a) Soltero (a)
b) 31 – 40	b) Casado (a)
c) 41 – 50	c) Divorciado (a)
d) 51 – 60	d) Viudo (a)
2. GÉNERO	4. GRADO DE INSTRUCCIÓN
a) Masculino	a) Secundaria completa
b) Femenino	b) Superior técnica incompleta
	c) Superior técnica completa
	d) Superior universitaria incompleta
	e) Superior universitaria completa

- II. Lea con cuidado cada afirmación, colocando **X** en el recuadro correspondiente a la escala con valoración del 1 al 5, que mejor evidencie su perspectiva. Conteste todos los ítems. No hay respuestas buenas ni malas.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

VARIABLE 02: CALIDAD DEL SERVICIO						
PREGUNTAS		PUNTAJES				
Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Confiabilidad						
1	Los empleados muestran interés en atender las dificultades de los clientes.					
2	La empresa brinda excelentes servicios.					
3	Los administrativos cuentan con mecanismos de actualización de sus operaciones.					
4	La organización se esfuerza para no cometer errores en sus registros y actividades.					
Dimensión 2: Seguridad						
5	El comportamiento de los trabajadores transmite confianza.					
6	Los usuarios sienten seguridad y confianza en las transacciones que realiza con la empresa.					
7	Los trabajadores cuentan con amplia capacitación para aclarar las consultas de los usuarios.					
8	La organización capacita a sus empleados para asegurar su desarrollo personal y profesional.					
Dimensión 3: Tangibles						
9	Los equipamientos tecnológicos de la empresa son modernos.					
10	Los equipos están en buen estado y reciben un adecuado cuidado.					
11	Los trabajadores muestran una apariencia ordenada, limpia y					

	adecuada durante la atención al cliente.					
12	La imagen que transmiten los trabajadores es importante para los usuarios.					
Dimensión 4: Empatía						
13	Los trabajadores demuestran simpatía con los clientes.					
14	La organización brinda atención personalizada a ciertos clientes.					
15	Los empleados atienden las consultas de los clientes en cualquier momento.					
16	El trabajo con horas extras es necesario para cumplir con los plazos de entrega.					
Dimensión 5: Capacidad de respuesta						
17	Los trabajadores informan oportunamente y con sinceridad los requerimientos del servicio.					
18	Los administrativos participan en la ejecución de las demandas de los clientes.					
19	La empresa brinda servicios en corto tiempo y con agilidad.					
20	La compañía cuenta con reportes de errores por entregar los pedidos con rapidez.					



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Dr. Rafael Ronald Escobedo Pérez	Docente de Universidad Nacional de Cañete	Cuestionario de Calidad del servicio	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				S U B T O T A L
		0	6	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	
		5	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	10	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																					85
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																					88
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																					88
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																					85
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																					95
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																					88
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científicos																					95
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																					90
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																					85
																					88,8%	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	<input checked="" type="checkbox"/>
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	<input type="checkbox"/>
No procede su aplicación	<input type="checkbox"/>

Cañete 20/10/2022	40778444		951088050
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES

Ninguna.

FECHA:

Firma del experto



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Dra. Espinoza Carrasco, Verónica Elsa	Docente de Universidad Nacional del Callao	Cuestionario de Calidad del servicio	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%			REGULAR 21-40%			BUENA 41-60%			MUY BUENA 61-80%			EXCELENTE 81-100%			S U B T O T A L			
		0	6	11	1	2	3	3	4	5	5	6	7	7	8	9				
		6	11	15	1	2	3	3	4	5	5	6	7	7	8	9				
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																x			84
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																x			83
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																		x	94
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																		x	96
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																		x	95
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																		x	91
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																		x	97
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																		x	97
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																		x	88
PROMEDIO																			91.7%	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	Sí
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
No procede su aplicación	

Callao, 27/10/2022	25574620		994987223
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES: Ninguna

FECHA: 27/10/2022

Firma del experto



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Mg. Delgado Estrada, Felipe Lizandro	Docente de Universidad Nacional del Callao	Cuestionario de Calidad del servicio	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%			REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				S U B T O T A L																					
		0	6	11	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95																						
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																				100	100																				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																					100	100																			
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																					100	100																			
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																					100	100																			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																					100	100																			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																					100	100																			
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																					100	100																			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																					100	100																			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																					100	100																			
PROMEDIO																																									100	%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	Si
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
No procede su aplicación	

Callao, 31/10/2022	10318408		954147028
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES: Ninguna

FECHA: 31/10/2022

Firma del experto



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Mg. Lobatón Flores, Angelica María	Administradora de Alimentos Fusión y Sabor E.I.R.L.	Cuestionario de Calidad del servicio	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C. Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%			REGULAR 21-40%			BUENA 41-60%			MUY BUENA 61-80%			EXCELENTE 81-100%			S U B T O T A L																									
		0	6	11	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12																										
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75		80	85	90	95	100																				
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																				100	100																				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																					100	100																			
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																					100	100																			
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																					100	100																			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																					100	100																			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																					100	100																			
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																					100	100																			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																					100	100																			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																					100	100																			
PROMEDIO																																									100	%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	si
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
No procede su aplicación	

San Vicente de Cañete, 31/10/2022	70168135		993579469
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES: Ninguna

FECHA: 31/10/2022

Firma del experto



FORMULARIO DE OPINIÓN DE EXPERTOS



DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor (es) del Instrumento
Mg. Santurio Ramírez, Juan Carlos	Docente de Universidad Nacional del Callao	Cuestionario de Calidad del servicio	Bruno Tomas, Luis Antonio
Título del Estudio: "Cultura organizacional y calidad del servicio de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, Cañete - 2022"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Coloque X el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%			REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				S U B T O T A L		
		0	6	11	1	2	3	4	4	5	6	7	6	7	8	9	8	9	96				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	100			
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																			x		90	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización																				x		90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología																				x		90
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente																				x		90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones en cantidad y calidad)																				x		90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto																				x		90
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – científicos																				x		90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																				x		90
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																				x		90
																					90 %		

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su Aplicación	x
Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan	
No procede su aplicación	

Callao, 30/11/2023	25838289		992212302
Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

OBSERVACIONES: Ninguna

FECHA: 30/11/2023

Firma del experto

- **Consentimiento informado en caso de ser necesario**



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimados colaboradores internos y usuarios de la empresa Fabricación & Servicios El Iqueño S.A.C, le solicito su apoyo en el desarrollo de la investigación titulada: **“CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C, CAÑETE - 2022”**.

En caso acepte participar en esta investigación se le solicitará llenar dos cuestionarios, el cual le tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo. La información brindada será tratada de manera confidencial, respetando el anonimato de los datos personales otorgados, debido a que serán utilizados para fines académicos y/o de investigación.

Asimismo, tiene derecho de retirarse en cualquier momento del formulario de Google que se le enviará, sin expresión de causa ni consecuencias negativas. Desde ya, le agradezco su participación.

Yo.....identificado (a) con N° DNI.....

Acepto las condiciones descritas anteriormente.

Doy No doy

Mi consentimiento para la participación en el estudio propuesto.

Firma



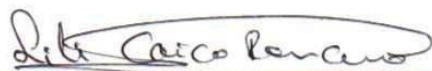
CARTA DE CONFORMIDAD
(USO EXCLUSIVAMENTE PARA FINES ACADÉMICOS)

LA EMPRESA FABRICACIÓN & SERVICIOS EL IQUEÑO S.A.C., brinda su conformidad para que el practicante Luis Antonio Bruno Tomas, perteneciente a la Universidad Nacional del Callao, Facultad de Ciencias Administrativas realice el desarrollo de sus estudios y de su investigación, a fin de que disponga las acciones necesarias para la obtener la información solicitada, comprometiéndose con la confidencialidad necesaria.

Agradeciendo la atención brindada al presente, le expreso mi consideración y estima personal.

Cañete, 01 de octubre del 2022

IMPLEMENTOS AGRICOLAS



LA EMPRESA
LILI VERÓNICA CAICO RONCEROS
Gerente General
DNI:15356565

Oficina-Planta: Jr. Augusto B. Leguia N° 523 Imperial-Cañete

- Base de datos

Tabla 23

Base de datos de prueba piloto de Cultura Organizacional

Caso	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20
1	3	1	3	4	2	2	2	5	4	2	2	3	2	4	2	1	3	2	3	3
2	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	1	1	3	5	1	5	1	3
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	2	3	5	3	4	3	3
7	2	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	2	2	5	3	4	5	4
8	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	1	3	4	5	2	5	3	2	5	2
9	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4
10	4	3	3	4	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3

Tabla 24

Base de datos de prueba piloto de Calidad del servicio

Caso	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20
1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5
2	3	4	3	4	3	4	3	1	3	2	2	3	3	2	1	3	3	4	3	3
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2
7	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5
8	4	4	3	4	2	3	4	5	3	5	1	5	3	4	5	4	4	4	4	4
9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2

Tabla 25*Matriz de datos de la Variable Cultura organizacional*

Caso	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	1	1	3	5	1	5	2	1
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3
4	2	2	2	1	1	1	4	1	4	3	1	3	2	3	1	3	1	3	3	2
5	1	3	2	4	1	1	3	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	5	1	1
6	1	3	1	1	1	1	4	3	4	1	3	3	4	4	1	2	3	2	2	3
7	1	1	1	5	5	5	1	5	5	5	1	5	1	5	3	4	4	2	4	2
8	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	1	5	5	2	3	1	4	4	4	1
9	5	5	3	2	2	4	3	2	3	5	2	2	4	2	4	3	4	2	2	3
10	2	5	2	2	3	5	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	2	2
11	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	2	4	4	4	3	3	2	3	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	3
14	2	2	2	2	2	3	2	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	3
17	3	5	5	3	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4
18	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
19	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
21	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	5	3
22	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

23	4	2	5	1	4	3	3	3	4	2	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3
24	3	3	4	3	4	4	3	2	3	2	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4
25	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4
26	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4
27	3	4	3	5	4	3	4	3	5	3	3	5	3	5	5	5	3	5	3	5
28	4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	4	5
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5	4	2	4	3
31	3	3	4	3	2	2	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3
32	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
33	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2
36	3	3	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	2	3	3	1	4	4	3	1	3	1	1	1	3	3	2	1	2	1	3	4
38	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	5	3	3	5	5	5
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	4	3	3	4	3	3	2	4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4
41	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
43	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
46	4	4	1	5	1	5	2	4	3	3	3	4	5	4	5	2	2	3	5	1
47	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
48	5	4	5	3	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5

49	3	5	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	3	3	2	2	5	5	5	3
50	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
52	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
54	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
55	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
57	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	1	2	3	3	2	4	1	3	4	3	4	4	1	3	3	2	3	4	4	3
63	3	2	1	3	2	5	5	1	3	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	2
64	3	3	2	3	4	3	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3
65	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3

Tabla 26*Matriz de datos de la Variable Calidad del servicio*

Caso	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	4	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3
2	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	3
3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3
4	3	3	4	2	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	5
5	2	3	1	2	1	2	1	2	1	1	3	4	1	4	4	1	1	1	1	1
6	2	3	4	1	3	1	4	5	5	5	1	1	2	2	1	3	3	3	2	1
7	2	3	3	1	4	5	5	1	4	4	3	1	1	5	5	3	4	2	5	5
8	2	4	5	5	3	5	4	1	2	2	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4
9	2	2	5	3	3	1	3	4	4	3	3	1	4	1	3	1	3	1	2	1
10	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4
11	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	3	5	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	5	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
17	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4
18	4	5	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
20	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	5
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

23	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
24	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
25	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
26	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	1	4	4	4	4
27	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3
28	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	5	3	4	3	3
31	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
32	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
35	1	3	1	4	2	2	3	2	3	2	4	2	2	3	2	1	4	3	4	2
36	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
37	3	2	4	3	3	2	1	2	4	4	3	2	2	1	2	3	4	3	4	1
38	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
42	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	2
43	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4
46	1	4	2	4	1	4	5	2	5	1	1	5	3	2	3	5	1	3	5	4
47	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	1
48	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4

49	5	4	3	4	4	5	4	2	3	3	3	5	4	4	5	5	3	3	3	2
50	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
51	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
52	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	4	5
54	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3
58	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	3	3	4	3	4	2	3	5	4	3	4	4	3	4	3	2	3	1	3	3
63	1	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	3	1	3	3	2
64	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	5	4	4	3	2	3	4	4	3
65	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3

- **Baremación**

Tabla 27

Baremos de Cultura Organizacional

Niveles y rangos	Bajo	Medio	Alto
Cultura Organizacional	20-46	47-73	74-100
Dimensión 1: Características dominantes	3-7	8-11	12-15
Dimensión 2: Liderazgo organizacional	3-7	8-11	12-15
Dimensión 3: Gestión de empleados	3-7	8-11	12-15
Dimensión 4: Cohesión organizacional	3-7	8-11	12-15
Dimensión 5: Énfasis estratégicos	4-9	10-15	16-20
Dimensión 6: Criterios de éxito	4-9	10-15	16-20

Tabla 28

Baremos de Calidad del servicio

Niveles y rangos	Bajo	Medio	Alto
Variable 2: Calidad del servicio	20-46	47-73	74-100
Dimensión 1: Confiabilidad	4-9	10-15	16-20
Dimensión 2: Seguridad	4-9	10-15	16-20
Dimensión 3: Tangibles	4-9	10-15	16-20
Dimensión 4: Empatía	4-9	10-15	16-20
Dimensión 5: Capacidad de respuesta	4-9	10-15	16-20

- Capturas del procesamiento de datos
Figura 13

Datos en Microsoft Excel 2019

The screenshot shows the Microsoft Excel 2019 interface. The active window is titled 'RESULTADO DE ENCUESTA Y BAREMACION - Excel'. The ribbon includes 'Inicio', 'Insertar', 'Disposición de página', 'Fórmulas', 'Datos', 'Revisar', 'Vista', and 'Ayuda'. The main area displays a spreadsheet with columns labeled P1 through P20, followed by 'VARIABLE 2', 'DIMENSION 1', and 'DIMENSION 2'. The data consists of numerical values for the P1-P20 columns and categorical values (MEDIO, ALTO, BAJO) for the dimension columns. The status bar at the bottom indicates 'BASE DE DATOS', 'BAREMACION V1', and 'BAREMACION V2'.

Figura 14
Datos en SPSS versión 27.0.1.0

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Editor de datos interface. The window title is '*BASE DE DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos'. The ribbon includes 'Archivo', 'Editar', 'Ver', 'Datos', 'Transformar', 'Analizar', 'Gráficos', 'Utilidades', 'Ampliaciones', 'Ventana', and 'Ayuda'. The main area displays a list of variables with the following columns: 'Nombre', 'Tipo', 'Anchura', 'Decimales', 'Etiqueta', 'Valores', 'Perdidos', 'Columnas', 'Alineación', 'Medida', and 'Rol'. The variables listed are VAR1P1 through VAR1P20 and VAR2P1 through VAR2P9. The 'Medida' column shows 'Ordinal' for all variables, and the 'Rol' column shows 'Entrada' for all variables.

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1 VAR1P1	Numérico	12	0	Existen co...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
2 VAR1P2	Numérico	12	0	La gerencia...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
3 VAR1P3	Numérico	12	0	Existe un c...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
4 VAR1P4	Numérico	12	0	Los gerent...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
5 VAR1P5	Numérico	12	0	Los trabaja...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
6 VAR1P6	Numérico	12	0	Los admini...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
7 VAR1P7	Numérico	12	0	Existe esta...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
8 VAR1P8	Numérico	12	0	Los trabaja...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
9 VAR1P9	Numérico	12	0	La competi...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
10 VAR1P10	Numérico	12	0	Las normat...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
11 VAR1P11	Numérico	12	0	Las metas ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
12 VAR1P12	Numérico	12	0	La visión y ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
13 VAR1P13	Numérico	12	0	La empres ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
14 VAR1P14	Numérico	12	0	El entorno ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
15 VAR1P15	Numérico	12	0	Existe una ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
16 VAR1P16	Numérico	12	0	Los recurs ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
17 VAR1P17	Numérico	12	0	El progreso...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
18 VAR1P18	Numérico	12	0	La exclusivi...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
19 VAR1P19	Numérico	12	0	La organiza...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
20 VAR1P20	Numérico	12	0	Los colabor...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
21 VAR2P1	Numérico	12	0	Los emplea...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
22 VAR2P2	Numérico	12	0	La empres...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
23 VAR2P3	Numérico	12	0	Los admini...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
24 VAR2P4	Numérico	12	0	La organiza...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
25 VAR2P5	Numérico	12	0	El comport...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
26 VAR2P6	Numérico	12	0	Los usuario...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
27 VAR2P7	Numérico	12	0	Los trabaja...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
28 VAR2P8	Numérico	12	0	La organiza...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
29 VARI2P9	Numérico	12	0	Los equipu...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada